



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2008

Führen viele Wege nach Rom? Berufssituation und Karrierestrategien des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses in der Kommunikations- und Medienwissenschaft

Wirth, Werner ; Stämpfli, I ; Böcking, S ; Matthes, J

Abstract: Im Fach Kommunikations- und Medienwissenschaft liegen bislang kaum empirische Daten zur Situation des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses vor. Diese Studie gibt Aufschluss über Beschäftigungssituation, Berufszufriedenheit, Betreuung sowie Karrierevorstellungen und -strategien der Post-Doktorandinnen und -Doktoranden des Faches. Die Ergebnisse einer Befragung im deutschsprachigen Raum zeigen, dass die Post-docs mit ihrer beruflichen Situation, vor allem mit den Arbeitsinhalten und der Flexibilität der Arbeitszeiten zufrieden sind und eine akademische Karriere anstreben. Die Konkurrenz und die Hürden auf dem Karriereweg werden allerdings als groß wahrgenommen. Zudem scheinen die als vielversprechend eingeschätzten Karrierestrategien wie das Publizieren in internationalen Fachzeitschriften nur schwer umsetzbar zu sein. Einzig jene Postdocs, die von ihrer/m vorgesetzten Professor/in beim Publizieren und beim Aufbau eines Netzwerks unterstützt und betreut werden, schaffen es, viel zu publizieren und international in Erscheinung zu treten. Hingegen sind zwei andere Gruppen weniger erfolgreich in der Umsetzung der eigenen Ziele bzw. verfolgen mit der Habilitation eher traditionelle Karrierestrategien.

DOI: <https://doi.org/10.1007/s11616-008-0007-8>

Other titles: Are many paths leading to Rome? Professional situation and career strategies of post-doc scholars in communication and media studies

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-12146>

Journal Article

Published Version

Originally published at:

Wirth, Werner; Stämpfli, I; Böcking, S; Matthes, J (2008). Führen viele Wege nach Rom? Berufssituation und Karrierestrategien des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. *Publizistik*, 53(1):85-113.

DOI: <https://doi.org/10.1007/s11616-008-0007-8>

Führen viele Wege nach Rom?

Berufssituation und Karrierestrategien des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses in der Kommunikations- und Medienwissenschaft

Die Zukunft eines Faches hängt im Wesentlichen von seinem wissenschaftlichen Nachwuchs ab. Er trägt nicht nur zum wissenschaftlichen Erkenntnisfortschritt bei, sondern auch zur zukünftigen thematischen und methodischen Ausrichtung des Faches. Vor diesem Hintergrund ist es von Bedeutung, mehr über den wissenschaftlichen Nachwuchs unseres Faches zu wissen. Wer sind die Menschen, die sich für eine akademische Karriere entschieden haben, den Erkenntnisfortschritt und das Ansehen des Fachs prägen, ihr Wissen weitergeben und somit wieder andere Menschen für eine akademische Laufbahn motivieren wollen? Im Jahr 2005 wurde die Situation des nicht promovierten Nachwuchses in der Medien- und Kommunikations- bzw. Publizistikwissenschaft umfassend untersucht (vgl. Matthes/Wirth/Mögerle 2006; Mögerle/Matthes/Wirth 2005; Prommer u. a. 2006; Wirth u. a. 2005). Zum wissenschaftlichen Nachwuchs können aber auch diejenigen gezählt werden, die bereits promoviert sind und sich für eine weiterführende akademische Karriere entschieden haben. Wer promoviert ist und eine Habilitation anstrebt, verfolgt meistens das Ziel, eine Professur an einer Universität oder Hochschule zu erhalten. Es ist deshalb interessant zu fragen, mit welchen Strategien der wissenschaftliche Nachwuchs dieses Ziel zu erreichen versucht und für wie erfolgreich diese Strategien eingeschätzt werden. Nach Jo Reichertz wird im Kampf um ökonomisches Forschungskapital und im Zuge der Ökonomisierung der Wissenschaft die Anwendung von »Karrierapolitiken« immer wichtiger (vgl. Reichertz 2004).

Die vorliegende Studie leistet eine umfassende Bestandsaufnahme des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Sie gibt einen Einblick in die Wirklichkeit des universitären Arbeitsalltags, in die Beschäftigungs- und Betreuungsbedingungen an den Instituten und in die Karrierevorstellungen und -strategien der Habilitationskandidaten und -kandidatinnen.

1 ZUR SITUATION DES WISSENSCHAFTLICHEN NACHWUCHSES NACH DER PROMOTION

Über die berufliche Situation und die Karrierestrategien des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses liegen für die Kommunikations- und Medienwissenschaft

Dr. Werner Wirth ist ordentlicher Professor für empirische Kommunikations- und Medienforschung am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung (IPMZ) der Universität Zürich. Ilona Stämpfli (lic. rer. soc.) ist wissenschaftliche Assistentin am IPMZ. Saskia Böcking (Dr. des.) ist ebenfalls wissenschaftliche Assistentin und Dr. Jörg Matthes wissenschaftlicher Assistent am IPMZ.

keine Studien vor. In anderen sozialwissenschaftlichen Disziplinen sind einige wenige Studien für den deutschsprachigen Raum vorhanden, deren wichtigste Erkenntnisse im Folgenden dargestellt werden.

Berufsverlauf, berufliche Situation und Zufriedenheit von promovierten Akademikern/innen in Deutschland untersuchten Enders und Bornmann (2001) in einer Befragung von über 2200 Postdocs ausgewählter Fächer und Jahrgangskohorten. Laut dieser Studie sind einige Jahre nach der Promotion 35 bis 45 Prozent der Sozialwissenschaftler/innen – die Autoren verstehen darunter Politikwissenschaftler und Soziologen – an Hochschulen oder in der Forschung beschäftigt. Der Rest ist in der Privatwirtschaft oder im öffentlichen Sektor außerhalb der Hochschulen tätig. Über alle Fächer hinweg beginnen 44 Prozent der Befragten ihre berufliche Laufbahn nach der Promotion an einer Hochschule. Vier von zehn Promovierten bleiben auch dort (vgl. Enders/Bornmann 2001: 114). Ähnliche Zahlen sind aus der Psychologie bekannt (vgl. Lang/Neyer 2004). Die Untersuchungsergebnisse zeigen, dass es nur wenigen Postdocs am Ende tatsächlich gelingt, eine Professur zu erhalten. Lang und Neyer untersuchten die Bedeutung von Kooperationsnetzwerken für die Karrieren an deutschen Hochschulen (Lang/Neyer 2004). Insgesamt waren nach 15 bis 20 Jahren 17 Prozent aller Promotionsabsolventen habilitiert, 14 Prozent hatten nach durchschnittlich 12,9 Jahren eine Professur inne. Von den promovierten Frauen erreichten 10 Prozent eine Professur, von den Männern 15 Prozent.

Von der beruflichen Situation zeichnet die Untersuchung von Enders und Bornmann (2001) folgendes Bild: Insgesamt äußern die Mitarbeiter/innen an den Hochschulen (Assistenten, Post-Doktoranden, wissenschaftliche Mitarbeiter) eine hohe Zufriedenheit mit der beruflichen Situation, im Besonderen mit den Arbeitsinhalten, dem Gestaltungsspielraum und der Möglichkeit zur Ideenverwirklichung. Für die Sozialwissenschaftler/innen spielt zudem das Einkommen eine überdurchschnittlich große Rolle, wenn es um die Arbeitszufriedenheit geht (vgl. Enders/Bornmann 2001: 166-169). Weiter geht aus der Befragung hervor, dass sich die Führungskräfte an den Hochschulen selbst als »Gewinner eines Wettbewerbs um promovierte Karrieren« (Enders/Bornmann 2001: 177) wahrnehmen.

Die Zahlen deuten darauf hin, dass längst nicht alle, die nach der Promotion an der Hochschule bleiben und eine wissenschaftliche Karriere anstreben, bei diesem Unterfangen auch erfolgreich sind. Erkenntnisse zu wissenschaftlichen Karriereverläufen finden sich v. a. bei Plümper und Schimmelfennig (2007), aber auch bei Zimmer, Krimmer und Stallmann (2006) sowie in der bereits erwähnten Untersuchung von Lang und Neyer (2004). Plümper und Schimmelfennig (2007) fassen für die deutsche Politikwissenschaft gängige Erklärungsmuster für wissenschaftliche Karriereverläufe mit den Begriffen »wissenschaftliche Leistung« (Veröffentlichungen in sichtbaren Fachzeitschriften und Einwerbung von Drittmitteln), »persönliche Merkmale« (Alter, Geschlecht und Elternschaft), »akademische Laufbahn« (Assistentenstelle und Erfahrung in der universitären Gremienarbeit) und »Netzwerke« (Einflussreichtum der Lehrstuhlinhaber) zusammen. Aufbauend auf dieser Zusammenstellung analysierten sie anhand einer Befragung die Karriereverläufe von 150 habilitierten und berufenen Politikwissenschaftlerinnen und -wissenschaftlern und konnten schließlich Faktoren, welche die Wahrscheinlichkeit eines Ersttrufs erhöhen und die Dauer zwischen Habilitation und

Erstruf verkürzen, bestimmen. Ein wichtiges Berufungskriterium ist das Alter. Eine späte Promotion erhöht die Wahrscheinlichkeit einer Berufung (vgl. Plümper/Schimmelfennig 2007: 114). Publikationen verbessern grundsätzlich die Chance, schon vor der Habilitation berufen zu werden. Nach der Habilitation wirken sich nur noch englischsprachige Publikationen positiv aus. Maßgebend für die Wartezeit bis zur Berufung ist zudem die inhaltliche Orientierung der Nachwuchswissenschaftler. Je nach Teilbereich kann sich die Dauer von der Habilitation bis zur Erstberufung verdoppeln (vgl. Plümper/Schimmelfennig 2007: 106). Kontakte zu einflussreichen Fachvertretern mit hoher Reputation sind nur wichtig, um schneller publizieren zu können. Wer ohne Habilitation berufen wird, verfügt über bessere Kontakte, publiziert mehr und ist typischerweise ein Mann ohne Kinder (vgl. Plümper/Schimmelfennig 2007: 108). Karrierebegleitende Tätigkeiten wie Gremienarbeit und Drittmittelinwerbungen haben keinen verkürzenden Einfluss auf die Dauer zwischen Habilitation und Erstruf. Zusammenfassend konstatieren die Autoren, dass die optimale Strategie, einen Erstruf zu erhalten, darin besteht

»[...] eine sehr gute Promotion [sic] zu schreiben und während der Promotion bzw. kurz danach einige Artikel in der Politischen Vierteljahresschrift (PVS) und ähnlichen deutschsprachigen Zeitschriften zu publizieren – in der Hoffnung, um die Habilitation heranzukommen. Wenn dieser Plan zu misslingen droht, sollte man intensive Forschungskontakte zu den einflussreichen Mitgliedern der Zunft aufbauen, möglichst in englischsprachigen SSCI-Zeitschriften publizieren und das Kinderkriegen verschieben. Deutsche Veröffentlichungen scheinen nun nichts mehr zu nutzen. Auch die Einwerbung von Drittmitteln bringt für die Erhöhung der Berufschancen nichts, sondern scheint sich im Schnitt sogar leicht kontraproduktiv auszuwirken.« (Plümper/Schimmelfennig 2007: 110-111)

Eine weitere wichtige Erkenntnis der Studie ist die Tatsache, dass Frauen andere Karrierestrategien verfolgen als Männer. Akademikerinnen haben weniger Kinder als ihre männlichen Kollegen, sind weniger gut vernetzt und veröffentlichen weniger an sichtbaren Publikationsorten. Zudem ist ihr Promotions- und Habilitationsalter höher. Haben sie aber erstmal habilitiert, müssen Frauen weniger lange auf ihren Erstruf warten als Männer (vgl. Plümper/Schimmelfennig 2007: 108-109). Die unterschiedlichen akademischen Karrierewege von Frauen und Männern an deutschen Universitäten beleuchten auch Zimmer, Krimmer und Stallmann (2006). Sie führten 2002 bis 2003 Telefoninterviews mit 619 C3- und C4-Professorinnen und 537 C3- und C4-Professoren aus sechs Disziplinen. Zur Sozialwissenschaft zählten die Autoren Soziologie, Psychologie und Politikwissenschaft. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler eine relativ homogene Gruppe bilden, was Motivation und Gründe für die Berufswahl, die akademische Leistung, die Karriereverläufe und den familiären Hintergrund angeht. Erfolgreiche Wissenschaftler/innen sind zum Zeitpunkt ihrer Promotion durchschnittlich 30 Jahre und zum Zeitpunkt der Habilitation 37 Jahre alt. Sozialwissenschaftler/innen sind etwas älter als die Vertreter/innen anderer Disziplinen. Akademikerinnen sind bei der Beendigung des Studiums und der Promotion jünger als ihre männlichen Kollegen. Sobald es um die Habilitation und die verbeamtete Professur geht, stellen Zimmer u. a. jedoch eine »Trendwende« fest. Frauen brauchen für den Abschluss der Habilitation länger als Männer. Die Zeitspanne zwischen den Karriereabschnitten vermindert sich aber, je jünger die befragten Akademikerinnen sind (vgl. Zimmer/Krimmer/Stallmann 2006: 39-41). Den wichtigsten Geschlechter-

unterschied sehen die Autoren darin, dass Frauen von jenen Netzwerken, die für die Integration in die Wissensgesellschaft und den persönlichen beruflichen Erfolg maßgebend sind, ausgeschlossen werden. Frauen sind während der Promotions- und Habilitationszeit seltener an der Universität beschäftigt und profitieren seltener von Mentorenbeziehungen als Männer. Die Anstellung an einer Universität sowie Beziehungen zu Mentorinnen und Mentoren erleichtern den Zugang zur internationalen Scientific Community und zu wichtigen sozialen Netzwerken.

Lang und Neyer (2004: 527-528) belegen für die Psychologie, dass Männer mehr publizieren, entsprechend häufiger zitiert werden und mehr Kooperationspartner haben als Frauen. Akademikerinnen unterscheiden sich auch in der Wahrnehmung der erfahrenen Diskriminierung von ihren männlichen Kollegen. Frauen haben eher den Eindruck, Wissenschaftlerinnen seien in der Forschungsgemeinschaft weniger gut integriert und akzeptiert (vgl. Zimmer/Krimmer/Stallmann 2006: 48-49). Auch die Bedeutung von Kooperationsnetzwerken zeigt die Studie von Lang und Neyer: Den Antworten ihrer 579 Befragten zufolge sind die Netzwerkindikatoren zwischen Personen mit einer Professur und anderen Hochschulbeschäftigten signifikant unterschiedlich. Spätere Professoren und Professorinnen kooperierten bereits fünf Jahre nach der Promotion mit mehr Netzwerkpartnern, die ihrerseits mehr mit anderen Personen kooperierten (vgl. Lang/Neyer 2004: 529). Für die Vorhersage der Berufung auf eine Professur zeigt sich, dass zwar die Produktivität des Wissenschaftlers und die Netzwerkmerkmale gleich bedeutend sind, allerdings trägt die Anzahl von Koautorenschaften mehr zum Beschäftigungsstatus bei als die Anzahl von Einzelautorenschaften. Je häufiger eine Person mit anderen gemeinsam publizierte, umso häufiger wurde sie auch zitiert. Dieses Ergebnis ließ Lang und Neyer schließen, dass die Produktivität und das Kooperationsverhalten in einem engen logischen Zusammenhang stehen (vgl. Lang/Neyer 2004: 533). Interessant ist zudem die Erkenntnis, dass die Institutsgröße als Indikator der Forschungsintensität und Produktivität einer Universitäts- oder Forschungseinrichtung angesehen werden kann.

Für die Kommunikationswissenschaft liegt von Meyen (2004) eine Studie zum Werdegang von Professorinnen und Professoren vor. Er untersuchte anhand von Personalien in der Fachzeitschrift ›Publizistik‹ und einer Internetrecherche an 25 Instituten die Struktur der lehrenden C3- und C4-Professoren in Kommunikationswissenschaft und Journalistik seit 1950. Meyen kam zum Schluss, die Nachwuchsproduktion der Kommunikationswissenschaft könne mit dem Wachstum des Faches im letzten Drittel des 20. Jahrhunderts nicht mithalten. Davon zeugen zahlreiche Berufungen von nicht habilitierten Kommunikationswissenschaftler/innen und die kurze Zeitspanne zwischen Habilitation und Erstberufung (vor fünf Jahren mussten Habilitierte nur 2,8 Jahre auf ihren Erstruf warten). Zudem hatte Ende 2002 nicht einmal jede/r dritte Hochschul-lehrer/in Kommunikations-, Publizistikwissenschaft oder Journalistik im Hauptfach studiert. Meyen schätzte im Jahr 2002 den Konkurrenzdruck bei Berufungen deshalb geringer ein als in anderen Disziplinen.

Mit der Situation des kommunikationswissenschaftlichen Nachwuchses befassten sich auch Fröhlich und Holtz-Bacha (1993a,b; 1995). Sie befragten 153 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler von der Hilfskraft bis zum Professor. Obwohl die Publikation der Studie keine spezielle Auswertung für den promovierten wissenschaftlichen

Nachwuchs enthält, liefert sie doch erste Hinweise auf die Situation des gesamten Nachwuchses im Fach. Vor allem macht sie auf die Situation der Frauen aufmerksam, die in wissenschaftlichen Netzwerken weniger eingebunden sind als Männer und mit einem erschwerten Karriereweg konfrontiert sind (vgl. Fröhlich/Holtz-Bacha 1995).

Insgesamt weisen die Forschungsergebnisse darauf hin, dass ein erheblicher Anteil von Promovierten nach Abschluss der Doktorarbeit eine wissenschaftliche Karriere anstrebt. Doch nicht alle erreichen dieses Ziel. Als erfolgreiche Karrierestrategien kristallisieren sich insbesondere Publikationsaktivitäten und wissenschaftliche Netzwerke heraus. Dabei finden sich Hinweise auf strukturell bedingte Geschlechterunterschiede. Allerdings basieren diese Erkenntnisse auf fachfremden Studien. Für die Kommunikations- und Medienwissenschaft muss hinsichtlich der Situation des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses an deutschsprachigen Hochschulen eine Forschungslücke konstatiert werden. Die vorliegende Studie soll sie schließen.

2 ZIELE DER UNTERSUCHUNG UND STICHPROBE

Diese Untersuchung soll sowohl grundlegende Daten zur Arbeits- und Berufssituation des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses in der Kommunikations- und Medienwissenschaft bereitstellen, als auch die im Fach angewandten Karrierestrategien beleuchten. In diesem Zusammenhang soll auf die Zusammenarbeit der Postdocs mit und die Betreuung durch die vorgesetzten Professorinnen und Professoren eingegangen werden. Dabei ist es von Interesse, die Ergebnisse mit den in der Vorgängerstudie (vgl. Wirth u. a. 2005) gewonnenen Erkenntnissen zu vergleichen. Verglichen werden können Arbeits- und Berufssituation sowie Betreuung. Unterschiede zwischen den Doktoranden/Doktorandinnen und den Postdocs können auf strukturelle Veränderungen, die durch den akademischen Grad bedingt sind, hinweisen. Da die Studie über nicht promovierte Nachwuchswissenschaftler/innen strukturelle und individuelle Unterschiede zwischen Männern und Frauen zu Tage brachte (vgl. Prommer u. a. 2006) und auch der Forschungsüberblick auf strukturell bedingte Unterschiede zwischen den Geschlechtern hinweist, fragt die vorliegende Studie auch nach geschlechtsspezifischen Unterschieden.

Die Forschungsfragen lauten:

1. Berufssituation

- Forschungsfrage 1: Wer sind die promovierten wissenschaftlichen Nachwuchskräfte des Faches?
- Forschungsfrage 2: Wie lassen sich die Beschäftigungssituation und die Arbeitszeitverteilung sowie die berufliche Zufriedenheit der Postdocs beschreiben?
- Forschungsfrage 3: Was sind die Forschungsschwerpunkte der Postdocs und welche Themenbereiche schätzen sie für ihre Karriere als besonders vielversprechend ein?
- Forschungsfrage 4: Wie lassen sich die Publikations- und Drittmittelaktivitäten des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses beschreiben?

2. Zusammenarbeit und Betreuung

- Forschungsfrage 5: Wie lassen sich die Zusammenarbeit zwischen dem promovierten wissenschaftlichen Nachwuchs und Vorgesetzten sowie das Betreuungsverhältnis beschreiben?

3. Karrierevorstellungen und -strategien

- Forschungsfrage 6: Welche Karrierevorstellungen und -ziele haben die promovierten wissenschaftlichen Nachwuchskräfte?
- Forschungsfrage 7: Welche Karrierestrategien erachten die Postdocs als vielversprechend, und inwieweit setzen sie diese um?

Zur Beantwortung dieser Fragen wurde eine Vollerhebung der promovierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die noch keine unbefristete Professur haben und in der Kommunikations- und Medienwissenschaft in Deutschland, Österreich oder der Schweiz tätig sind, vorgenommen. Ihre E-Mail-Adressen fanden sich auf den Internetseiten von Universitäten, die kommunikations- und medienwissenschaftliche Haupt- und Nebenfachstudiengänge anbieten. Fach- oder Filmhochschulen blieben ausgeschlossen. Zu den promovierten universitären Mitarbeiter/innen zählten wir Assistenten, Oberassistenten (C1-Stelle), wissenschaftliche Mitarbeiter, Projektmitarbeiter, Juniorprofessoren, Hochschuldozenten und Privatdozenten. Der Begriff »wissenschaftlicher Nachwuchs« wird als formales Kriterium für alle nicht habilitierten, universitären Mitarbeiter verwendet, obwohl sich des Alters wegen einige Post-Doktoranden selbst wohl nicht mehr als »Nachwuchs« bezeichnen würden.

Insgesamt konnten wir die E-Mail-Adressen von 339 Personen ausfindig machen. Sie wurden im April 2006 per Mail angeschrieben und um eine Teilnahme an der Untersuchung zum wissenschaftlichen Nachwuchs des Fachs gebeten. In der Mail enthalten war ein Link, der zum Online-Fragebogen führte. Dieser enthielt Fragen zur Beschäftigungssituation, dem beruflichen Werdegang, den Arbeitsaufgaben, Karrierevorstellungen und dem strategischen Vorgehen für die Erhöhung der Chancen auf eine Professur, Fragen zur beruflichen Betreuung, Förderung und Zufriedenheit, zu Fach- und Außenaktivitäten sowie Fragen zur Soziodemographie. Da sich, wie bereits angemerkt wurde, einige Personen möglicherweise nicht (mehr) zum »Nachwuchs« zählen, enthielt die Mail neben dem Link auf den eigentlichen Fragebogen einen zweiten Link. Dieser führte zu einem alternativen Fragebogen. Hier hatten Personen, die sich nicht zur Zielgruppe der Befragung zugehörig fühlten, die Möglichkeit, den Grund dieser Einschätzung anzugeben.

3 ERGEBNISSE

3.1 Beschreibung der Stichprobe

Von den 339 angemalten Personen haben 137 (40%)¹ den Online-Fragebogen beantwortet, weitere 19 Personen (knapp 6%) den Alternativfragebogen ausgefüllt. Die Aus-

¹ 15 Personen haben die Befragung nach etwa der Hälfte des Fragebogens abgebrochen. Bei der Auswertung der Daten zur Beschäftigungssituation und zum beruflichen Werdegang konnten diese Personen jedoch mitberücksichtigt werden.

schöpfungsquote ist mit insgesamt 46 Prozent verhältnismäßig gering. Ein möglicher Grund dafür könnte sein, dass die Online-Recherche eine doch eher unsichere Methode zur Ermittlung der Grundgesamtheit ist. So könnten Webseiten und E-Mail-Adressen veraltet sein. Auch könnten sich viele Personen nicht angesprochen fühlen, weil sie sich aufgrund ihres Alters nicht mehr zum wissenschaftlichen Nachwuchs zählen, sich nicht als Kommunikationswissenschaftler sehen oder in der Verwaltung arbeiten. Diese Gründe wurden immerhin von 14 der 19 Personen angegeben, die den alternativen Fragebogen ausgefüllt hatten. Für Hochschulstudien liegt die Rücklaufquote dennoch in einem akzeptablen Rahmen. Bei der letzten Befragung der DGPK-Mitglieder lag der Rücklauf trotz klar umrissener Grundgesamtheit nur um 6 Prozent höher (vgl. Peiser/Hastall/Donsbach 2003).

Ein Fünftel der Befragten nahm bereits an der Befragung des nicht promovierten Nachwuchses im Sommer 2004 teil (vgl. Wirth u. a. 2005) und hat in der Zwischenzeit promoviert. 78 Prozent der befragten Postdocs arbeiten in Deutschland ($n = 98$), je 11 Prozent ($n = 14$) in der Schweiz und Österreich. Aufgrund der geringen Teilnehmerzahl aus der Schweiz und Österreich wird auf einen Ländervergleich verzichtet.

Wie lässt sich nun der promovierte wissenschaftliche Nachwuchs des Faches Kommunikations- und Medienwissenschaft beschreiben (Forschungsfrage 1)? Im Vergleich zur ersten Befragung, bei der noch 53 Prozent der Befragten weiblichen Geschlechts waren (vgl. Wirth u. a. 2005: 326), hat der Frauenanteil deutlich abgenommen. 61 Prozent der Befragten sind Männer. Dennoch ist der Anteil der promovierten Frauen mit 39 Prozent recht hoch. Das durchschnittliche Alter der Befragten beträgt 37,9 Jahre ($SD = 5,4$). Ein Viertel der Befragten ist zwischen 27 und 34 Jahre alt, gut ein Fünftel älter als 40 Jahre. Somit sind die Postdocs in der Kommunikations- und Medienwissenschaft auch ohne Habilitation älter als andere Akademiker/innen zum Zeitpunkt der Habilitation. Die promovierten Frauen sind signifikant jünger als die Männer in derselben beruflichen Position ($M_{\text{Frauen}} = 36,2$, $SD = 4,4$; $M_{\text{Männer}} = 39,1$, $SD = 5,7$), $t(119) = -3,0$, $p < 0,01$. Mehr als ein Drittel der Befragten studierte im Hauptfach Medien-, Kommunikations- oder Publizistikwissenschaft (vgl. Tabelle 1). Der Anteil der Quereinsteiger oder Fachfremden ist somit auch auf Nachwuchsebene sehr hoch (vgl. Meyen 2004: 201). Trotzdem fühlen sich zwei Drittel des promovierten Nachwuchses stark bis sehr stark dem Fach zugehörig. Ihnen gegenüber stehen jene 20 Prozent der Befragten, die sich nur schwach dem Fach zugehörig fühlen. Die Befragung des nicht promovierten Nachwuchses ergab ebenfalls, dass sich 17 Prozent der Befragten nur schwach der Kommunikations- und Medien- bzw. Publizistikwissenschaft zugehörig fühlten, was als Zeichen für die Heterogenität des Faches gedeutet werden kann (vgl. Wirth u. a. 2005: 331).

Mehr als vier Fünftel der Post-Doktorandinnen und -Doktoranden gehören mindestens einer wissenschaftlichen Fachgesellschaft an. Die Hälfte der promovierten Akademiker/innen ist sogar in zwei oder mehr Gesellschaften Mitglied. Am häufigsten wurde eine Mitgliedschaft in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (52%) und der International Communication Association (23%) angegeben. Jede/r Vierte gab zudem an, in der Gesellschaft für Medienwissenschaft, der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft und/oder der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft Mitglied zu sein.

Hauptfächer während des Studiums (in %; N = 120)

Tabelle 1

	Angaben in%
Medien-, Kommunikations- bzw. Publizistikwissenschaft	36,6
Literaturwissenschaft/Germanistik/Linguistik	10,8
sonstige Disziplin/en	6,6
Soziologie	5,8
Philosophie	0,5
Psychologie	0,5
Geschichtswissenschaft	4,2
Sprachwissenschaft/Fremdsprachen	4,2
Filmwissenschaft	3,3
Politikwissenschaft	3,3
Theaterwissenschaft	3,3
Erziehungswissenschaft	2,5
Wirtschaftswissenschaft	2,5
Informatik/Informationswissenschaft	1,7
Kunstwissenschaft/Kunstgeschichte	1,7
Buchwissenschaft, Medieninformatik, Musikwissenschaft, Völkerkunde/Ethnologie	3,3
Total	100,0

Auf der Stufe der Doktoranden gehörte erst ein Drittel der Befragten einer nationalen Fachgesellschaft an (vgl. Wirth u. a. 2005: 326). Männer fühlen sich stärker dem Fach Kommunikations- und Medienwissenschaft zugehörig als Frauen ($M_{\text{Männer}} = 4,0$, $SD = 1,1$; $M_{\text{Frauen}} = 3,3$, $SD = 1,4$), $t(82,4) = -2,8$, $p < 0,01$. Sie sind auch in mehr Fachgesellschaften Mitglied ($M = 2,1$, $SD = 1,5$) als Frauen ($M = 1,4$, $SD = 1,2$), $t(120) = -2,9$, $p < 0,01$.

Zur Erfassung und Beschreibung der Beschäftigungssituation und der Karriereambitionen des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses ist es wichtig, auch deren Lebenssituation zu berücksichtigen. Ein Drittel der Befragten lebt in einer festen Partnerschaft, und die Hälfte ist verheiratet, wobei ungleich mehr Männer (58%) verheiratet sind als Frauen (35%). Ein ähnliches Ergebnis wurde auch für die deutschen Professorinnen und Professoren nachgewiesen (vgl. Zimmer/Krimmer/Stallmann 2006: 51). Von den promovierten Kommunikations- und Medienwissenschaftlerinnen haben knapp 15 Prozent eines oder mehrere Kinder. Die Männer scheinen Beruf und Familie besser unter einen Hut bringen zu können: Knapp jeder dritte promovierte Nachwuchswissenschaftler ist Vater (31%). Dies lässt sich teilweise auch damit erklären, dass drei Viertel ihrer Partnerinnen nicht oder nur teilweise erwerbstätig sind. Bei den Müttern sind 94 Prozent der Partner voll erwerbstätig, der Rest arbeitet Teilzeit. Von den Personen ohne Kinder ($n = 65$) können sich immerhin 60 Prozent der Frauen vorstellen, in Zukunft Kinder zu haben. Bei den Männern sind es sogar drei Viertel aller Befragten. Die akademische Karriere mit unregelmäßigen und langen Arbeitszeiten, häufigen Umzügen und durch Tagungsteilnahmen bedingter Abwesenheit an Wochenenden scheint auch einen Einfluss auf die Partnerbeziehungen zu haben. So gab fast

jede/r vierte Befragte an, es komme aufgrund der beruflichen Situation oft zu Auseinandersetzungen mit dem Partner oder der Partnerin. Bei weiteren 20 Prozent gibt es ab und zu Streitereien.

3.2 Berufssituation

Im folgenden Abschnitt wird die Berufssituation des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses in der Kommunikations- und Medienwissenschaft unter die Lupe genommen (Forschungsfragen 2 bis 4). Wie lassen sich Beschäftigungssituation, Arbeitsverteilung, Fach-, Forschungs- und Publikationsaktivitäten beschreiben? Wie zufrieden sind die Akademikerinnen und Akademiker mit ihrem Beruf, und welche Vorstellungen haben sie von ihrer Karriere?

3.2.1 Beschäftigungssituation, Arbeitsverteilung und berufliche Zufriedenheit

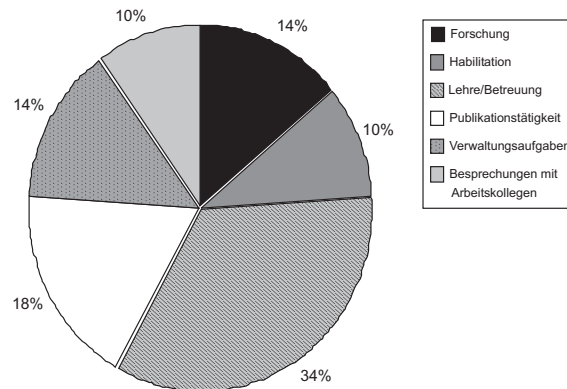
Praktisch alle Befragten (94%) waren bereits vor der Promotion als wissenschaftliche Mitarbeiter/innen, Assistent/innen, Projektmitarbeiter/innen oder Promotionsstipendiant/innen an der Universität tätig. Lediglich sechs Prozent gaben an, vor der Postdoc-Stelle außerhalb der Universität gearbeitet zu haben. Nach der Promotion hat ein Drittel der Befragten eine Stelle als Assistent/in bzw. Oberassistent/in (C1-Stelle) inne. Zwei Fünftel sind weiterhin als wissenschaftliche Mitarbeiter/innen angestellt, 14 Prozent sind als Projektmitarbeiter/innen an einem kommunikationswissenschaftlichen Institut beschäftigt. 17 Prozent der Befragten gaben an, als Privatdozent/in, Juniorprofessor/in oder Hochschuldozent/in tätig zu sein. Insgesamt haben 12 Prozent der Promovierten einen unbefristeten Arbeitsvertrag. Männer haben hier gegenüber Frauen deutlich die Nase vorn (19% vs. 2%). Wird nur Deutschland betrachtet, so sinkt die Zahl der unbefristeten Verträge auf acht Prozent. Die Mehrheit der Postdocs (58%) hat wie die Nicht-Promovierten einen befristeten Vertrag, in der Regel mit einer Vertragslaufdauer von mehr als zwei Jahren. 71 Prozent haben eine volle Stelle, 15 Prozent ein 50-Prozent-Teilzeitpensum, das mit einer faktischen Arbeitszeit von 43 Stunden in der Woche aber weit überschritten wird. Postdocs mit einer vollen Stelle arbeiten nach eigenen Angaben durchschnittlich 56 Stunden pro Woche. Bei wenigen Stellenprozenten wird also verhältnismäßig mehr gearbeitet. Dies ist auch bei nicht promovierten Mitarbeitern der Fall (vgl. Wirth u. a. 2005: 327).

Beim Arbeitsort zeigen sich kommunikations- und medienwissenschaftliche Nachwuchskräfte mobil: Seit dem Abschluss des Studiums haben 70 Prozent der Befragten mindestens einmal die Universität gewechselt. Nach der Promotion wechselten noch einmal 60 Prozent den/die Vorgesetzte/n. Die Befragten sind durchschnittlich seit 8,7 Jahren an der Universität tätig. Drei Viertel aller Kommunikationswissenschaftler arbeiten noch nicht länger als zehn Jahre an der Alma mater. Jede/r fünfte Befragte ist einer Professorin unterstellt. Frauen haben eher eine Chefin (38%) als Männer (4%).

Von den untersuchten Arbeitsbereichen nimmt – wie bei den nicht promovierten Nachwuchswissenschaftler/innen (vgl. Wirth u. a. 2005: 327) – die Lehre und die Betreuung von Studierenden am meisten Arbeitszeit in Anspruch (vgl. Abbildung 1). Und so ist es auch nicht verwunderlich, dass die Hälfte der Befragten im Laufe ihrer Tätig-

Durchschnittliche Arbeitsverteilung

Abbildung 1



keit an der Hochschule bereits zwischen 21 und 25 Lehrveranstaltungen² alleine oder zusammen mit einer anderen Person angeboten hat. An zweiter Stelle der Tätigkeitsfelder liegen bei den Postdocs Publikationstätigkeiten. Im Vergleich zu den Doktoranden verwenden sie doppelt so viel Zeit für das Verfassen von Artikeln, Beiträgen und Büchern. Publizieren gewinnt also mit dem akademischen Grad an Bedeutung. Die Forschungsarbeit nimmt auf Postdoc-Ebene gegenüber der Doktoranden-Stufe um drei Prozent zwar leicht ab (vgl. Wirth u. a. 2005: 327), bleibt aber an dritter Stelle der Tätigkeiten nach wie vor wichtiger Bestandteil der Postdoc-Arbeit. Die Habilitation nimmt hingegen einen verhältnismäßig geringen Stellenwert ein. Knapp ein Drittel der Befragten gibt an, gar keine Zeit für ein Habilitationsvorhaben zu verwenden.

Geht es um die subjektive Bewertung der eigenen Arbeit, erweisen sich promovierte Kommunikations- und Medienwissenschaftler/innen als überaus zufrieden mit ihren Tätigkeiten ($M = 3,72$, $SD = 0,80$). Ganz oben auf der Zufriedenheitsliste (vgl. Tabelle 2) stehen dabei wie schon bei den Doktorandinnen und Doktoranden die Arbeitsinhalte, Flexibilität der Zeiteinteilung und die gesellschaftliche Anerkennung des Berufs (vgl. auch Wirth u. a. 2005: 330). Auf den hinteren Plätzen rangieren weiterhin die Arbeitsplatzsicherheit sowie familiäre und berufliche Einschränkungen. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie bewerten Frauen dabei signifikant schlechter als Männer. Trotz aller Zufriedenheit mit den Arbeitsinhalten und -bedingungen ist also auch bei den promovierten Nachwuchswissenschaftler/innen eine mit der Beschäftigungssituation verbundene Unsicherheit zu erkennen. Drei Viertel aller Befragten³ empfinden es als belastend, dass ein Verbleib in der Wissenschaft eigentlich nur mit einer Berufung auf eine Professur möglich ist. Mehr als die Hälfte fühlt sich durch den Zwang, eine Professur zu bekommen, einem ständigen Druck ausgesetzt. Die Unsicherheit, ob dies am Ende gelingt, macht knapp zwei Dritteln der Befragten zu schaffen. Und immerhin die Hälfte aller Befragten fragt sich, ob es sich angesichts dieses Szenarios überhaupt

² Die Anzahl angebotener Lehrveranstaltung wurde in 5er-Kategorien erfasst.

³ Prozentsatz der Befragten, die auf die Frage mit »trifft zu« oder »trifft voll und ganz zu« geantwortet haben.

Zufriedenheit mit den einzelnen Aspekten der Arbeit

Tabelle 2

	M	SD
Arbeitsinhalte	4,43	0,74
Flexibilität der Zeiteinteilung	4,24	0,93
Gesellschaftliche Anerkennung und Geltung meines Berufes	3,65	0,93
Klima am Arbeitsplatz	3,49	1,36
Konkrete Arbeitsbedingungen an der Uni (Raumausstattung, Bibliothek, EDV-Ausrüstung)	3,25	1,37
Möglichkeit, neben der Tätigkeit auch persönlichen Interessen nachgehen zu können	2,92	1,31
Einkommen	2,80	1,12
Arbeitsbelastung/-zeiten	2,76	1,14
Mitsprachemöglichkeit bei wichtigen Entscheidungen	2,69	1,28
Berufliche Aufstiegsmöglichkeiten	2,60	1,04
Vereinbarkeit von Beruf und Familie	2,53	1,25
Zukünftige Sicherheit am Arbeitsplatz	1,73	1,12

$N_{\min}=122$, $N_{\max}=123$. Frage: »Inwieweit sind Sie mit folgenden Aspekten Ihrer Tätigkeit zufrieden?«
Skala von 1 = gar nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden.

lohne, diese Belastungen auf sich zu nehmen. Die gefühlte Unsicherheit⁴ ist umso höher, je geringer die Befragten die Chance einschätzten, selbst eine Professur zu erhalten ($r = -0,24$, $p < 0,01$).

3.2.2 Forschungsschwerpunkte

Betrachtet man die Teilgebiete des Fachs, mit denen sich die promovierten Kommunikations- und Medienwissenschaftler/innen beschäftigen (Forschungsfrage 3), so stimmen diese weitgehend mit denen der nicht promovierten Nachwuchswissenschaftler/innen überein (vgl. Wirth u. a. 2005). Am häufigsten befassen sich die Postdocs mit Methoden, Medientheorien sowie der Nutzungs- und Wirkungsforschung (vgl. Tabelle 3). Am seltensten setzen sie sich mit Medienpädagogik, Mobilkommunikation und Computerspielen auseinander. Signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern gibt es lediglich in den Themenbereichen Gender Studies und Medienökonomie. Mit Letzterer beschäftigen sich die Männer häufiger, mit Gender Studies die Frauen.

Geht es jedoch darum, wie vielversprechend die Themengebiete für den Erhalt einer Professur und damit für eine wissenschaftliche Karriere sind, ändert sich die Rangfolge der Forschungsbereiche. Zwar werden nach wie vor Methoden sowie Nutzungs- und Wirkungsforschung als wichtig erachtet, andere Bereiche wie Medienökonomie, Online-Kommunikation, Organisationskommunikation/Public Relations, Mediaanalyse und Werbeträgerforschung und Werbung werden aber für eine erfolgreiche wissenschaftliche Laufbahn ebenfalls als vielversprechend eingestuft und rücken auf der Rang-

⁴ Für diese Auswertung wurden die vier genannten Einzelaspekte zu einem Index (Cronbach's $\alpha = 0,82$) zusammengefasst ($M = 3,72$, $SD = 1,04$).

Tatsächliche Beschäftigung mit einem Themenbereich und als vielversprechend erachtete Themenbereiche (Rangfolgen der Mittelwerte)

Tabelle 3

Themenbereich	Tatsächliche Beschäftigung mit den Themenbereichen ^a			Als vielversprechend eingeschätzte Themenbereiche ^b		
	Rang	M	SD	Rang	M	SD
Methoden	1	3,84	1,23	1	3,93	1,10
Medientheorie	2	3,79	1,42	7	3,47	1,17
Nutzung- und Wirkungsforschung	3	3,37	1,42	2	3,88	1,10
Mediensysteme/-strukturen	4	3,19	1,40	6	3,50	1,05
Kultur generell	5	3,13	1,55	17	2,75	1,33
Mediengeschichte	6	2,95	1,55	18	2,75	1,18
Online-Kommunikation	7	2,84	1,47	4	3,72	0,97
Journalismus	8	2,77	1,48	11	3,31	1,19
Kommunikationstechnik/ Mediendesign	9	2,74	1,40	10	3,33	1,21
Politische Kommunikation	10	2,72	1,48	9	3,34	1,12
Kommunikationspolitik	11	2,41	1,28	12	3,20	1,14
Medienökonomie	12	2,40	1,37	3	3,80	0,96
Interpersonale Kommunikation	13	2,31	1,39	20	2,55	1,08
Mediaanalyse/Werbeträgerforschung	14	2,31	1,23	8	3,39	1,10
Organisationskommunikation	15	2,30	1,36	5	3,61	1,06
Werbung	16	2,30	1,30	13	3,09	1,06
Nonverbale Kommunikation	17	2,22	1,33	22	2,26	1,10
Gender Studies	18	2,15	1,31	15	2,89	1,26
Medienethik	19	2,11	1,23	21	2,33	1,03
Medienpädagogik	20	2,08	1,29	14	2,98	1,05
Mobilkommunikation	21	1,94	1,23	16	2,87	1,10
Computerspiele	22	1,75	1,32	19	2,58	1,29

N_{min}=118, N_{max}=133.

a Frage: »Wie stark beschäftigen Sie sich in Ihrer Forschung mit den folgenden Themenbereichen?« Skala von 1 = sehr selten bis 5 = sehr häufig.

b Frage: »Für wie vielversprechend halten Sie die genannten Themenbereiche, wenn es darum geht, eine Professur zu bekommen?« Skala von 1 = weniger vielversprechend bis 5 = sehr vielversprechend.

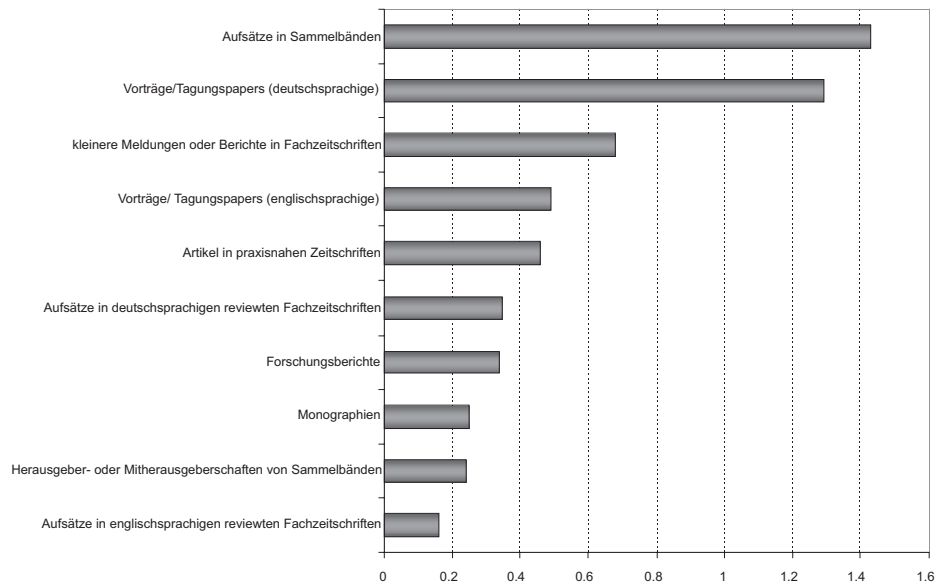
liste der Themengebiete nach oben. Nach unten rutschen die Themenbereiche Medientheorien, Kultur generell, Mediengeschichte und interpersonale Kommunikation. Nützlich für die Karriere scheinen also vielfach andere als die eigenen Forschungsbereiche zu sein.

3.2.3 Publikationsaktivität und Drittmittelprojekte

Verglichen mit der Vorgängerstudie hat die Publikationsaktivität der Postdocs markant zugenommen (Forschungsfrage 4). Hatten beim nicht promovierten Nachwuchs 60 Prozent noch nie einen Aufsatz in einer Fachzeitschrift publiziert und knapp die Hälfte noch nie einen Vortrag gehalten (vgl. Wirth u. a. 2005: 332), sinkt diese Zahl bei den Promovierten auf 20 bzw. 15 Prozent. Zählt man alle wissenschaftlichen Veröffentlichungen (inkl. Vorträge/Tagungspapers, kleinere Meldungen oder Berichte in Fachzeit-

Durchschnittliche Anzahl von wissenschaftlichen Publikationen pro Jahr

Abbildung 2



$N_{\min}=123$, $N_{\max}=124$. Frage: »Bitte geben Sie die Anzahl Ihrer wissenschaftlichen Veröffentlichungen an (inkl. ‚in Druck‘, ohne ‚in Vorbereitung‘)«.

schriften und Artikel in praxisnahen Zeitschriften) zusammen, so veröffentlicht jede/r der promovierten Nachwuchswissenschaftler/innen 5,6 wissenschaftliche Texte pro Jahr ($SD = 4,5$; Minimum = 0, Maximum = 25). Sieben Prozent der Befragten haben während ihrer wissenschaftlichen Karriere allerdings noch nie etwas Wissenschaftliches publiziert. Am häufigsten werden Aufsätze in Sammelbänden publiziert und Vorträge auf deutschsprachigen Tagungen gehalten (vgl. Abbildung 2). Englischsprachige Vorträge und Publikationen sind seltener zu finden: Mehr als ein Drittel der Befragten hat während der akademischen Berufstätigkeit noch nie einen englischsprachigen Vortrag gehalten, und 60 Prozent haben noch nie in einer reviewten englischsprachigen Fachzeitschrift publiziert. Jede/r vierte Post-Doktorandin und Post-Doktorand kann zudem keinen Aufsatz in einer reviewten deutschsprachigen Fachzeitschrift vorweisen. Interessanterweise ist die Zahl der jährlichen wissenschaftlichen Publikationen umso höher, je mehr Lehrveranstaltungen pro Jahr angeboten werden. Dies ist möglicherweise darauf zurückzuführen, dass insbesondere bei empirischen Seminaren die Forschungsergebnisse oft auch veröffentlicht werden. Es kann aber auch sein, dass dieser Zusammenhang durch eine allgemein höhere Leistungsbereitschaft und höhere Aktivität einiger Postdocs erklärt werden kann. Für diese Sichtweise spricht jedenfalls, dass auch die Mitgliedschaft in einer oder mehreren Fachgesellschaften positiv mit der Publikations-tätigkeit zusammenhängt ($r = 0,26$, $p < 0,01$).

Anders als bei der Arbeitsverteilung und den Forschungsschwerpunkten zeigen sich bei der Publikationstätigkeit deutliche Geschlechterunterschiede. Obwohl männliche und weibliche Postdocs gleich viel Zeit für die Arbeit an Publikationen aufwenden, ver-

öffentlichen Männer im Jahr mehr als Frauen ($M_{\text{Männer}} = 6,4$, $SD = 5,0$; $M_{\text{Frauen}} = 4,6$, $SD = 3,2$), $t(113,7) = -2,35$, $p < 0,05$. Dies trifft sowohl auf Monographien und Aufsätze in Sammelbänden und in deutschsprachigen reviewten Fachzeitschriften zu als auch auf die Anzahl gehaltener Vorträge auf deutschsprachigen Tagungen. Geht es allerdings um Aufsätze in englischsprachigen Fachzeitschriften oder englischsprachige Vorträge, tun sich die männlichen Postdocs genau so schwer wie ihre Kolleginnen.

Nicht nur die Anzahl wissenschaftlicher Publikationen ist maßgebend für den Verlauf einer akademischen Karriere, auch vom Professor unabhängige Drittmittelprojekte können wichtig sein, um die Chancen für eine Professur zu erhöhen. Nach der Anzahl von Drittmittelprojekten mit einem Förderbetrag von über 10.000 Euro gefragt, gab allerdings über die Hälfte der Promovierten an, so etwas noch nie eigenständig verwirklicht zu haben. 21 Prozent haben ein solches Projekt am Laufen oder bereits abgeschlossen, weitere 20 Prozent arbeiten bereits an zwei bis drei Drittmittelprojekten.

3.3 Zusammenarbeit und Betreuungsverhältnis

Wie gestalten sich die Zusammenarbeit mit den und die Betreuung durch die Vorgesetzten, und wie zufrieden ist der promovierte wissenschaftliche Nachwuchs mit dieser Betreuung (Forschungsfrage 5)? Da angenommen werden kann, dass die Autonomie der wissenschaftlichen Mitarbeiter/innen mit dem akademischen Grad zunimmt, ist die Frage nach Häufigkeit und Art der Zusammenarbeit mit dem Professor oder der Professorin interessant. Tabelle 4 gibt einen Überblick darüber, in welchen Bereichen die promovierten wissenschaftlichen Nachwuchskräfte mit ihren Betreuern zusammenarbeiten und forschen. Ob die vorgesetzte Person eine Frau oder ein Mann ist, hat keinen Einfluss auf die Art der Zusammenarbeit.

Je häufiger die promovierten Nachwuchswissenschaftler/innen mit ihrer/m Professor/in zusammenarbeiten,⁵ desto zufriedener sind sie mit der Betreuung insgesamt ($r = 0,61$, $p < 0,001$). Mit dem Grad der Zusammenarbeit nimmt auch die allgemeine Berufszufriedenheit zu ($r = 0,29$, $p < 0,01$). Wenn die Befragten oft mit ihrer/m vorgesetzten Professor/in zusammenarbeiten, sind sie zudem in mehr Fachgesellschaften Mitglied ($r = 0,25$, $p < 0,01$). Engere Zusammenarbeit impliziert offenbar eine bessere Integration der Post-Doktorandinnen und -Doktoranden im Fach. Auf die Publikationstätigkeit hat die Zusammenarbeit jedoch keinen Einfluss.

Neben der Zusammenarbeit erweist sich auch die Betreuungssituation der Akademiker/innen als bedeutsam für die Berufszufriedenheit. Wer sich gut betreut fühlt, ist eher zufrieden mit seiner Tätigkeit ($r = 0,38$, $p < 0,001$). Wie schon bei den nicht promovierten Nachwuchskräften (vgl. Matthes/Wirth/Mögerle 2006: 88) gibt es allerdings auch Anzeichen dafür, dass die Unterstützung der Postdocs durch Vorgesetzte etwas problematisch ist: Jeder dritte Postdoc ist mit der Betreuung unzufrieden bis sehr unzufrieden. In welchen Bereichen werden nun die promovierten Kommunikationswissenschaftler/innen besonders gut betreut und in welchen weniger? In Tabelle 5 ist zu sehen, dass fünf von 18 Betreuungskriterien gut abschneiden (Werte höher als der Ska-

⁵ Hierzu wurden alle acht Items zu einem Index zusammengefasst (Cronbach's $\alpha = 0,82$; $M = 2,66$, $SD = 0,95$). Das Item »Ich habe die Möglichkeit, unabhängig von meinem Professor an einem Thema zu forschen, das mich interessiert« wurde zuerst umgepol.

Zusammenarbeit mit dem/r vorgesetzten Professor/in

Tabelle 4

	<i>M</i>	<i>SD</i>
Ich habe die Möglichkeit, unabhängig von meinem Professor zu forschen	4,3	1,1
Mein/e Professor/in fragt mich nach meiner Meinung zu einem Thema	3,2	1,5
Mein/e Professor/in diskutiert fachliche Fragen mit mir	3,1	1,4
Mein/e Professor/in berät sich bei anstehenden Entscheidungen mit mir	2,8	1,5
Wenn mein/e Professor/in wissen möchte, wo am Lehrbereich/der Professur einzelnen Personen der Schuh drückt, werde ich nach meiner Einschätzung gefragt	2,8	1,6
Ich bin mit verantwortlich, die Promovierenden zu unterstützen	2,6	1,5
Wir forschen gleichberechtigt an einem gemeinsamen Thema	2,6	1,5
Mein/e Professor/in forscht mit mir zusammen	2,4	1,4

$N_{\min}=110$, $N_{\max}=114$. Frage: »Wie sieht die Zusammenarbeit zwischen Ihnen und Ihrer/m Professor/in derzeit aus?« Skala von 1 = sehr selten bis 5 = sehr oft.

lenmittelwert von 3). Es handelt sich dabei v. a. um Formen der sozialen und psychischen Unterstützung. Verglichen mit den Ergebnissen der Vorgängerstudie werden die Doktorandinnen und Doktoranden nach eigenen Angaben besser betreut, wenn es um ihr Dissertationsvorhaben geht, als die Postdocs bei ihrem Habilitationsvorhaben. Zudem gibt der nicht promovierte Nachwuchs häufiger an, der Professor oder die Professorin erachte es als wichtig, dass sie über ihre Arbeit berichteten. Die promovierten Nachwuchskräfte geben hingegen häufiger an, ihre Professoren regten sie an, international in Erscheinung zu treten, berieten sie für die berufliche Karriere und stellten wichtige Kontakte zu Fachpersonen her.

Die Betreuungsleistung ist nicht vom Geschlecht der vorgesetzten Professoren abhängig. Auch die Zufriedenheit mit der Betreuung hängt nicht davon ab, ob die Befragten einen Mann oder eine Frau als Vorgesetzte/n haben. Wenn jedoch das Geschlecht der Befragten berücksichtigt wird, zeigt sich, dass Frauen zufriedener mit einer Chefin (53%) als mit einem Chef (36%) sind. Ein ähnliches Resultat fand sich auch schon beim nicht promovierten Nachwuchs (vgl. Matthes/Wirth/Mögerle 2006: 94). Bei den promovierten männlichen Befragten ist es genau umgekehrt: Drei von fünf Befragten sind mit der Betreuung ihrer Chefin unzufrieden, hingegen äußern nur 22 Prozent der Befragten Unzufriedenheit mit der Betreuung, wenn sie einen Chef haben. Die Akademiker/innen sind also eher zufrieden, wenn sie von einer gleichgeschlechtlichen Person betreut werden.

Matthes, Wirth und Mögerle (2006) konnten für die nicht promovierten Nachwuchswissenschaftler drei verschiedene Betreuungstypen ausmachen, die sich jeweils auf zentrale Qualitätsvariablen wie die Publikationstätigkeit oder die Mitgliedschaft in Fachgesellschaften auswirkten. Werden auch die Post-Doktorandinnen und -Doktoranden unterschiedlich betreut? Zur Beantwortung dieser Frage wurde eine Clusteranalyse mit vorgeschalteter Faktorenanalyse vorgenommen. Werden die 18 Items zur Betreuungsleistung explorativ faktorisiert, so ergeben sich drei Faktoren, die als Typen von Betreuungsverhältnissen bezeichnet werden können (vgl. Tabelle 5). Faktor 1 kann als *inhaltliche und soziale Unterstützung* bezeichnet werden. Die/der betreuende Profes-

Subjektiv eingeschätzte Betreuungsleistung des/der vorgesetzten Professors/
Professorin und Faktorladungen der Items

Tabelle 5

Mein/e vorgesetzte/r Professor/in...	<i>M</i>	<i>SD</i>	Faktoren/ Faktorladung		
			1	2	3
...gibt mir das Gefühl, bei Bedarf jederzeit wichtige Informationen einholen zu können	3,3	1,5	0,778		
...gibt mir wichtigen inhaltlichen Input für meine Arbeit	2,8	1,4	0,743		
...ist auf unseren Treffen gut vorbereitet	2,8	1,4	0,734		
...gibt mir Rückendeckung, wenn mal etwas nicht so gut läuft	3,5	1,3	0,673		
...trägt zum wissenschaftlichen Austausch innerhalb der Abteilung bei	2,9	1,4	0,672		
...ist um ein gutes Klima in der Abteilung bemüht	3,5	1,5	0,663		
...erachtet es als wichtig, dass ich ihr/m von Sachverhalten meiner Arbeit berichte	2,6	1,3	0,555		
...ist fair, wenn es um die Berücksichtigung von Autorenschaft geht	4,0	1,3	0,412		
...fordert mich auf, auf Tagungen zu gehen	2,9	1,5		0,874	
...fordert mich auf, Vorträge zu halten bzw. zu publizieren	3,2	1,4		0,872	
...unterstützt mich bei meinen Publikationsaktivitäten	2,9	1,4		0,722	
...stellt wichtige Kontakte zu anderen Fachpersonen her	2,8	1,5		0,699	
...regt mich an, auch international in Erscheinung zu treten	2,8	1,4		0,660	
...achtet darauf, dass ich den Zeitplan für meine Habilitation einhalte	2,4	1,3			0,856
...hilft mir beim Zeitmanagement	1,8	1,1			0,771
...unterstützt mich bei der Habilitation bzw. bei einem Habilitationsvorhaben	2,8	1,4			0,623
...berät mich für berufliche Karriere	2,6	1,4	0,449	0,468	0,426
...achtet darauf, dass ich mir nicht zu viel Arbeit aufhalse	2,4	1,3	0,411		0,585
Erklärte Varianz in % (gesamt 61.6)			44,3	10,1	7,2
Eigenwert			8,0	1,8	1,9

$N_{\min}=88$, $N_{\max}=111$. Frage: »Wie oft treffen folgende Tätigkeiten auf ihre/n vorgesetzte/n Professor/in zu?« Skala von 1 = sehr selten bis 5 = sehr oft. Zusätzliche Antwortmöglichkeit: »Aspekt trifft nicht zu«. Faktorenanalyse: Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation. Die Extraktion der Faktoren erfolgte über das Kaiserkriterium. Ausschlusskriterium für Items war eine Ladung < 0,40 oder eine zu hohe Doppelladung. Nach diesen Kriterien wurden zwei Items (»...berät mich für meine berufliche Karriere«, »...achtet darauf, dass ich mir nicht zu viel Arbeit aufhalse«) ausgeschlossen.

sor/in gibt dem Nachwuchs das Gefühl, jederzeit wichtige Informationen einholen zu können und gibt ihm inhaltliche Anregungen für die Arbeit. Zudem ist sie/er um ein gutes Arbeitsklima bemüht. Der zweite Faktor kann als *Unterstützung beim Publizieren und beim Aufbau eines Netzwerks* interpretiert werden. Die/der Vorgesetzte stellt wichtige Kontakte zu anderen Fachpersonen her und regt den promovierten Nachwuchs an, auch international in Erscheinung zu treten. Die Items des dritten Faktors weisen auf eine *Unterstützung beim Habilitationsvorhaben* hin, wobei das Zeitmanagement eine wichtige Rolle zu spielen scheint.

Wie lassen sich die befragten Personen aufgrund ihrer Betreuungserfahrung gruppieren? Für die Gruppenbildung wurde eine hierarchische Clusteranalyse (Ward-Methode mit quadriertem euklidischem Abstand) der drei gebildeten Faktoren vorgenommen. Mit dem Ellenbogenkriterium konnten drei Cluster identifiziert werden (vgl. Tabelle 6).

Die promovierten Nachwuchswissenschaftler/innen im ersten Cluster ($n = 39$, Alter $M = 37,7$, $SD = 4,9$) erfahren sehr wenig Unterstützung beim Publizieren, und auch das Habilitationsvorhaben wird eher wenig gefördert. Im Vergleich zu den anderen Clustern erhalten sie jedoch etwas mehr Unterstützung auf inhaltlicher und sozialer Ebene. In diesem Cluster sind 46 Prozent der Befragten weiblich. Das Cluster ist am wenigsten zufrieden mit der Betreuung ($M = 2,8$, $SD = 1,3$) und mit der beruflichen Gesamtsituation ($M = 3,6$, $SD = 0,7$). Es publiziert am wenigsten wissenschaftliche Texte ($M = 3,6$, $SD = 3,0$) und hält die wenigsten Vorträge ($M = 1,5$, $SD = 2,0$). Ihre Arbeitszeit setzt diese Gruppe mehr als die beiden anderen für die Lehre ein ($M = 37,2$, $SD = 15,5$), weniger hingegen für die Forschung ($M = 13,2$, $SD = 10,1$), die Publikationstätigkeit ($M = 17,8$, $SD = 13,8$) und für Besprechungen mit Kollegen oder Vorgesetzten ($M = 9,3$, $SD = 4,9$). Sie gaben am häufigsten an, unabhängig von der/m vorgesetzten Professor/in zu forschen ($M = 4,5$, $SD = 0,7$) und haben den niedrigsten Index-Wert, wenn es um die Zusammenarbeit geht ($M = 2,5$, $SD = 0,9$). Nur 28 Prozent der Personen in diesem Cluster haben im Hauptfach Medien- und Kommunikationswissenschaft studiert. Im Vergleich zu den beiden anderen Clustern fühlen sich diese Personen am wenigsten dem Fach zugehörig ($M = 3,2$, $SD = 1,3$), sind seltener in wissenschaftlichen Fachgesellschaften vertreten und schätzen auch ihre Chancen auf eine Professur schlechter ein ($M = 3,2$, $SD = 1,0$). Diese wenig betreute Gruppe kann mit dem Cluster der »Isolierten« unter den nicht promovierten Nachwuchskräften verglichen werden, die vermutlich die geringsten Karrierechancen im akademischen Sektor aufweisen (vgl. Matthes/Wirth/Mögerle 2006: 93).

Mittelwerte der Faktorenwerte der drei Cluster

Tabelle 6

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3
Inhaltliche und soziale Unterstützung	.36	-.25	-.21
Unterstützung beim Publizieren und Networking	-.99	1.29	.30
Unterstützung beim Habilitationsvorhaben	-.38	-1.01	.82

Personen im zweiten Cluster (40% weiblich, Alter $M = 35,4$, $SD = 4,6$) werden von ihren Vorgesetzten stark beim Publizieren und »Networking« gefördert. Dies bildet einen deutlichen Gegensatz zur Habilitationsbetreuung, die in diesem Cluster am schwächsten ist. Der Gedanke liegt nahe, dass hier bewusst auf die Umgehung der Habilitationshürde bzw. auf die kumulative Habilitation gesetzt wird. So verwenden diese Personen nur knapp fünf Prozent ihrer Arbeitszeit auf das Habilitationsvorhaben. Ungleich mehr Zeit als die anderen Cluster nehmen die Forschung ($M = 17,6$, $SD = 15,7$), die Publikationstätigkeit ($M = 22,5$, $SD = 11,5$) und Besprechungen mit Kollegen und Vorgesetzten ($M = 13,6$, $SD = 6,6$) in Anspruch. Die Vorgesetzten richten ihr Augenmerk weniger auf inhaltliche und soziale Anliegen und achten auch kaum darauf, dass sich die Postdocs nicht zu viel Arbeit aufhalsen ($M = 1,4$, $SD = 0,6$). Dennoch sind die Befragten im Vergleich zu den beiden anderen Clustern mit der Betreuung ($M = 3,5$, $SD = 1,2$) und mit der beruflichen Gesamtsituation ($M = 3,9$, $SD = 0,7$) am meisten zufrieden, besonders mit den Arbeitsinhalten ($M = 4,6$, $SD = 0,8$), dem Einkommen ($M = 3,2$, $SD = 0,8$) und dem Klima am Arbeitsplatz ($M = 4,0$, $SD = 1,1$). Knapp die Hälfte dieser Personen hat im Hauptfach Medien- und Kommunikationswissenschaft studiert. Sie fühlen sich dem Fach auch stärker zugehörig als Personen im ersten Cluster ($M = 3,5$, $SD = 1,4$). Die starke Unterstützung bei Publikationen scheint sich auszuzahlen. Personen in diesem Cluster publizieren etwa doppelt so viel in wissenschaftlichen Zeitschriften und in Sammelbänden ($M = 4,4$, $SD = 6,6$), halten dreimal so viel englisch- und deutschsprachige Vorträge ($M = 5,2$, $SD = 13,0$) und publizieren auch nahezu doppelt so viel wie ihre Kollegen und Kolleginnen anderweitig (Forschungsberichte, kleinere Meldungen, Reviews, Artikel in praxisnahen Zeitschriften, $M = 2,7$, $SD = 5,1$). Sie werden zudem von ihren betreuenden Professor/innen vergleichsweise häufig nach ihrer Meinung zu einem bestimmten Thema gefragt und diskutieren häufig sachliche Fragen mit ihren Vorgesetzten. Zudem sind sie am ehesten der Meinung, eine internationale Orientierung sei wichtig für die wissenschaftliche Karriere ($M = 4,2$, $SD = 0,8$). 95 Prozent der Personen in diesem Cluster sind sich ziemlich bis sehr sicher, dass sie eine Professur anstreben und haben sich auch schon mehr als einmal beworben. Sie schätzen jedoch ihre Chancen, eine Professur auch tatsächlich zu erhalten, nicht wesentlich höher ($M = 3,3$, $SD = 1,3$) und die Chance, einen Job außerhalb der Universität zu finden, niedriger ein als die anderen ($M = 2,9$, $SD = 1,2$). Die Unsicherheit, ob es ihnen gelingen werde, eine Professur zu erhalten, macht ihnen mehr zu schaffen als den anderen beiden Personengruppen ($M = 3,9$, $SD = 1,4$). Dieses Cluster stimmt am ehesten mit dem Cluster der »gut Betreuten« in der Vorgängerstudie zu den nicht promovierten Nachwuchswissenschaftler/innen überein (vgl. Matthes/Wirth/Mögerle 2006). Ihnen können den Ergebnissen anderer Studien zufolge die größten Karrierechancen zugeschrieben werden (vgl. Plümper/Schimmelfennig 2007).

Das dritte Cluster ($n = 43$, 39% weiblich, Alter $M = 38,1$, $SD = 5,2$) erfährt in erster Linie Unterstützung beim Habilitationsvorhaben, mäßige Unterstützung, wenn es um die Publikationstätigkeit geht, und relativ wenig auf sozialer oder inhaltlicher Ebene. Der hohe Stellenwert der Habilitation ist in der Arbeitszeitverteilung erkennbar: 13 Prozent der Arbeitszeit verwendet dieses Cluster auf das Habilitationsvorhaben. Das ist deutlich mehr als die beiden anderen Cluster. Ebenfalls viel Arbeitszeit nehmen die Lehre (34%) sowie Verwaltungsaufgaben und Gremienarbeit (15%) in Anspruch. Die-

se Gruppe ist relativ zufrieden mit der Betreuung ($M = 3,4$, $SD = 1,3$) sowie mit der gesamten Berufssituation ($M = 3,8$, $SD = 0,9$). Sie arbeitet im Vergleich zu den anderen Clustern häufiger mit ihren vorgesetzten Professor/innen zusammen ($M = 2,8$, $SD = 0,9$) und ist weniger der Meinung, eine internationale Orientierung im nicht-deutschsprachigen Raum sei wichtig für die persönliche wissenschaftliche Laufbahn ($M = 3,7$, $SD = 0,96$). Sie fühlen sich hingegen mit Abstand am stärksten zum Fach zugehörig ($M = 4,2$, $SD = 1,1$) und sind auch eher in einer oder mehreren Fachgesellschaften vertreten. Gut 40 Prozent der Personen in diesem Cluster stammen aus der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Die Gruppe publiziert mit durchschnittlich 3,9 wissenschaftlichen Texten ($SD = 2,9$) und 1,8 Fachvorträgen pro Jahr ($SD = 1,5$) etwas mehr als das erste Cluster, das die geringste Betreuung und Unterstützung erfährt. Eine ähnliche Gruppe gab es bei den Doktorandinnen und Doktoranden nicht (vgl. Matthes/Wirth/Mögerle 2006).

3.4 Akademische Karriere

Welche Karrierevorstellungen die Post-Doktorandinnen und -Doktoranden haben und mit welchen Strategien sie ihr Ziel zu erreichen versuchen (Forschungsfrage 6), wird in folgendem Abschnitt beschrieben. Zudem wird untersucht, ob die tatsächlich umgesetzten Karrierestrategien den Strategien entsprechen, die als vielversprechend gelten (Forschungsfrage 7).

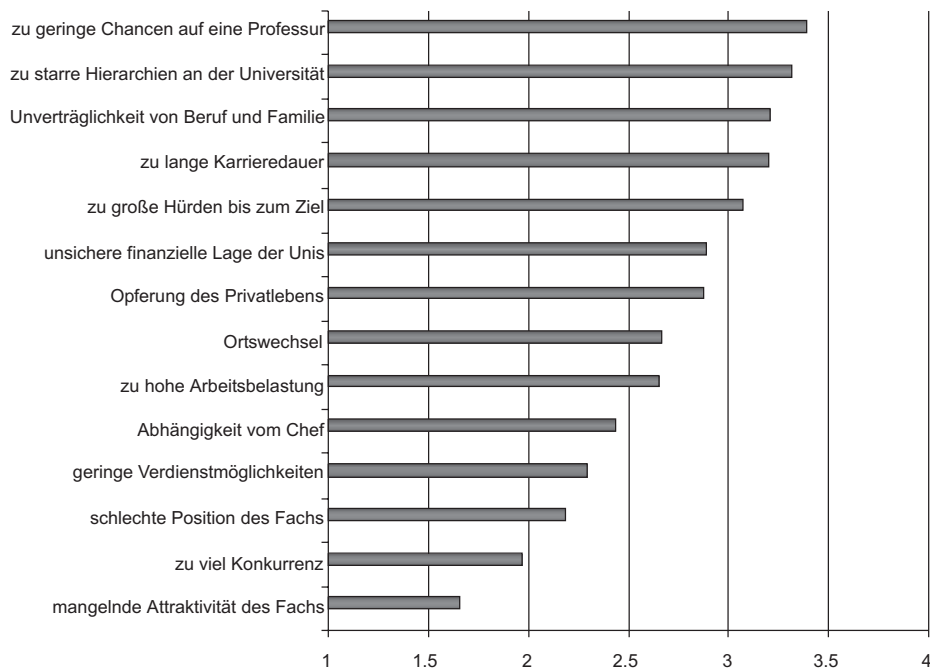
3.4.1 Vorstellungen über eine akademische Karriere und Karrierebemühungen

Während vor der Promotion der Berufswunsch »Professor« oder »Professorin« für einen großen Teil der Befragten noch unrealistisch und unattraktiv war (vgl. Wirth u. a. 2005: 330), streben nach der Promotion 81 Prozent der promovierten Akademiker/innen eine Professur an. Die Hälfte davon könnte sich jedoch auch gut ein anderes Karriereziel vorstellen. Jede/r Zehnte spielt erst mit dem Gedanken, eine Professorenkarriere anzustreben, und nur elf Personen (8%) sehen sich eher nicht in der Rolle eines Professors oder einer Professorin. Von den Frauen ist sich gut ein Drittel ganz sicher eine Professur anzustreben. Bei den Männern sind dies knapp zwei Drittel. Dieser Geschlechterunterschied ist auch bei den Doktorandinnen und Doktoranden vorhanden (vgl. Wirth u. a. 2005: 329).

Fast zwei Drittel der Befragten verfolgen intensiv die Stellenausschreibungen. Die Chance, auch wirklich eine Professur zu erhalten, wird von 44 Prozent der Promovierten als hoch bis sehr hoch eingeschätzt. 26 Prozent sind eher pessimistisch und stufen ihre Chancen niedrig bis sehr niedrig ein. Ein Geschlechterunterschied, wie er für die Doktorandinnen und Doktoranden nachweisbar war (vgl. Mögerle/Matthes/Wirth 2005; Prommer u. a. 2006; Frauen beurteilen ihre Karriereaussichten skeptischer als Männer), wurde in dieser Studie nicht gefunden. Frauen sind auf Postdoc-Ebene in der Einschätzung ihrer Karriereaussichten also ähnlich selbstbewusst wie Männer. Wenn es um eine Stelle außerhalb der Universität geht, werden die Erfolgsaussichten allerdings wesentlich niedriger eingeschätzt. Hier denken nur noch 29 Prozent der Promovierten, sie hätten eine hohe bis sehr hohe Chance auf einen Job. Je jünger die Befragten, desto optimistischer sind sie ($r = -.250$, $p < .01$). Diese unterschiedliche Einschätzung der

Gründe gegen eine wissenschaftliche Karriere (Mittelwerte)

Abbildung 3



$N_{\min}=133$, $N_{\max}=136$. Frage: »Wie sehr sprechen für Sie persönlich die folgenden Aspekte dafür oder dagegen, eine wissenschaftliche Karriere anzustreben?« Skala von 1 = spricht für mich nicht dagegen bis 5 = spricht für mich dagegen.

Chancen auf eine Stelle außerhalb der Universität mag daher rühren, dass ältere Akademiker/innen der Privatwirtschaft schon länger fern geblieben sind und die Einstiegsmöglichkeiten entsprechend sinken.

Die meisten Befragten, die eine Professur anstreben, zieht es an eine Universität. Nur für drei Prozent der universitären Nachwuchskräfte kommt eine Professur an einer Fachhochschule in Frage. Eine Professur im nicht-deutschsprachigen Ausland anzunehmen ist dagegen für mehr als drei Viertel aller Befragten vorstellbar. Im Durchschnitt haben sich die Befragten bereits ein- bis zweimal auf eine Professur beworben. 45 Prozent der promovierten Nachwuchswissenschaftler haben noch nie ein Bewerbungsverfahren durchlaufen, jede/r Vierte bereits vier und mehr. Von den 75 Akademiker/innen, die sich schon einmal um eine Professur beworben haben, kamen 21 in die engere Auswahl (Listenplatz 1 bzw. ist gerade in Verhandlungen, Listenplatz 2 oder 3). Weitere 36 Personen konnten ihre Schriften einreichen oder einen Vortrag halten.

Die meisten der promovierten Nachwuchswissenschaftler/innen streben zwar eine Professur an, sie haben aber auch Zweifel, ob die wissenschaftliche Karriere wirklich das Richtige ist. Werden die Argumente beleuchtet, die gegen eine weiterführende akademische Laufbahn sprechen, so zeigt sich, dass die geringe Chance, tatsächlich eine Professur zu bekommen, als triftigster Grund genannt wird. Weiter wird die Universitätskarriere offensichtlich durch strukturelle Faktoren wie zu starre Hierarchien, zu lange

Karrieredauer und weitere Hürden behindert (vgl. Abbildung 3). Der Konkurrenzdruck wird unter den Promovierten und Habilitierten offenbar als hoch wahrgenommen. So empfand die Hälfte die Konkurrenz bei den Professuren, um die sie sich bewerben, als »sehr groß«.⁶ Die subjektive Wahrnehmung der Konkurrenzsituation stimmt also nicht mit der Einschätzung von Meyen überein, der für die Kommunikationswissenschaft einen geringeren Konkurrenzdruck postuliert als für andere Disziplinen (vgl. Meyen 2004: 201).

Die Opferung des Privatlebens ist vor allem für Frauen ein Grund, der gegen eine akademische Karriere spricht. Frauen und Männer unterscheiden sich in diesem Aspekt signifikant ($M_{\text{Frauen}} = 3,3$, $SD = 1,3$; $M_{\text{Männer}} = 2,6$, $SD = 1,2$), $t(118) = 2,96$, $p < 0,01$. Andere Gründe wie die mit einer Professur verbundenen Ortswechsel, die hohe Arbeitsbelastung, die geringen Verdienstmöglichkeiten oder die schlechte Position des Faches in den Wissenschaften spielen für die Post-Doktoranden praktisch keine Rolle. Ein Vergleich der Studie über den nicht promovierten Nachwuchs in der Kommunikationswissenschaft zeigt ähnliche Ergebnisse (vgl. Wirth u. a. 2005: 330).

3.4.2 Strategien zur Erhöhung der Chancen auf eine Professur

Die Berufung auf eine Professur ist nach der Habilitationsphase für viele Akademiker/innen der nächste Karriereschritt. Vor dem Hintergrund zunehmenden Konkurrenzdruckes ist eine bewusste Karriereplanung wichtig, um die Chance auf eine Berufung zu erhöhen. Die befragten Kommunikations- und Medienwissenschaftler/innen wurden gebeten, 28 Strategien zur Erhöhung der Chancen auf eine Professur einzuschätzen. Sie sollten angeben, für wie vielversprechend sie diese Strategien halten und ob sie sie persönlich auch tatsächlich erfolgreich umsetzen. In Abbildung 4 sind die zehn als am meisten und die fünf als am wenigsten vielversprechend eingeschätzten Strategien aufgeführt. Gleichzeitig ist zu erkennen, dass die vielversprechend eingestufte Strategien von den Promovierten nur wenig erfolgreich umgesetzt werden. Einzig das »Networking« und die Publikation eigener Bücher sind Karrierestrategien, welche die Befragten auch tatsächlich erfolgreich umzusetzen glauben.

Im Folgenden werden die Karrierestrategien in den Bereichen Habilitation, Publikationen, Vorträge/Tagungen, Vernetzung, Lehre und Forschung näher unter die Lupe genommen.

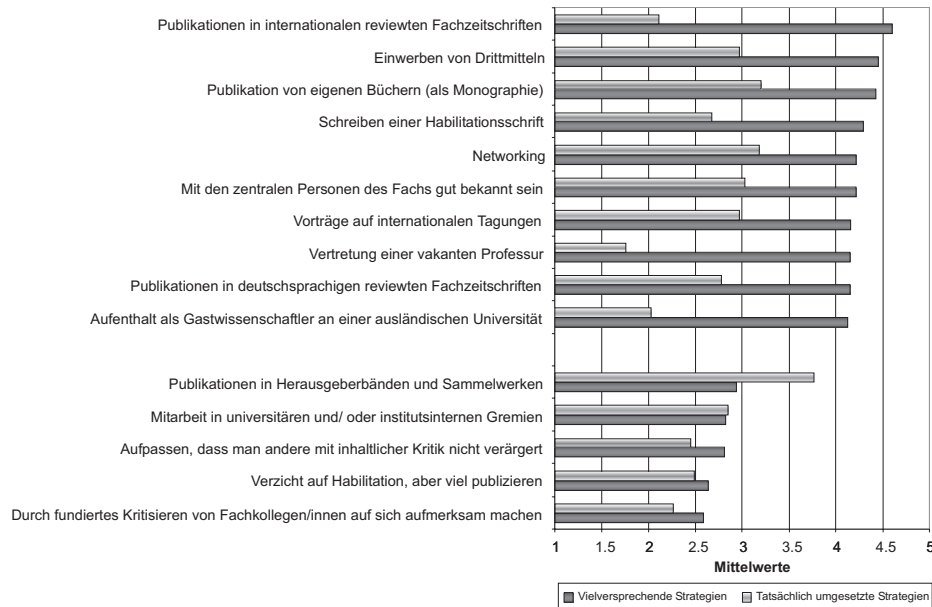
Habilitationsstrategien

Das Schreiben einer Habilitationsschrift wird von vier Fünfteln der Befragten als vielversprechende Strategie eingeschätzt, um die Chancen auf eine Professur zu erhöhen. Allerdings gab nur ein Drittel der Befragten an, sie setzten diese Strategie erfolgreich um. Möglichst schnelles Habilitieren wird ebenfalls als vielversprechende Strategie angesehen ($M = 3,7$, $SD = 1,1$), doch gerade einmal 16 Prozent der Nachwuchswissenschaftler/innen scheinen dies angesichts der übrigen Arbeitsbelastung auch zu schaffen. Kumulatives Habilitieren wird von den Befragten als mittelmäßig erfolgversprechende Karrierestrategie eingestuft ($M = 3,1$, $SD = 1,2$) und auch noch wenig erfolgreich umgesetzt ($M = 2,0$, $SD = 1,2$). Eine Erklärung für diese geringe Umsetzung könnte sein,

⁶ Skala von 1 = sehr klein bis 5 = sehr groß ($M = 4,3$, $SD = 0,8$).

Die zehn als am meisten und die fünf als am wenigsten vielversprechend eingeschätzten Strategien^a und ihre tatsächliche Umsetzung^b

Abbildung 4



$N_{\min}=118$, $N_{\max}=132$. a Frage: »Für wie vielversprechend halten Sie die folgenden Strategien, um am Ende tatsächlich eine Professur zu bekommen?« Skala von 1 = weniger vielversprechend bis 5 = sehr vielversprechend. b Frage: »Wie erfolgreich haben Sie Ihrer Ansicht nach die verschiedenen Strategien bisher umgesetzt?« Skala von 1 = weniger erfolgreich bis 5 = sehr erfolgreich.

dass kumulatives Habilitieren im deutschsprachigen Raum erst seit wenigen Jahren überhaupt möglich ist. Zudem sind die genauen Anforderungen an eine kumulative Habilitation oftmals noch nicht klar, und der Stellenwert der kumulativen Habilitation im Vergleich zur klassischen Habilitation wird noch diskutiert. Entsprechend ist diese Karrierestrategie aus Sicht des promovierten wissenschaftlichen Nachwuchses vermutlich mit Unsicherheiten besetzt, die einer erfolgreichen Anwendung im Weg stehen.

Publikationsstrategien

Drei von fünf Strategien, die das wissenschaftliche Publizieren angehen, rangieren unter den zehn aussichtsreichsten Strategien (siehe Abbildung 4). Das Publizieren in internationalen reviewten Fachzeitschriften wird als sicherstes Vorgehen überhaupt eingeschätzt. Allerdings ist hier die Differenz zur tatsächlichen Umsetzung besonders groß. Einerseits mag dies am grundsätzlich höheren Zeitaufwand für das Publizieren in englischer Sprache liegen, andererseits sind selbst bei explizit als international bezeichneten kommunikationswissenschaftlichen Zeitschriften sowohl im Editorial Board als auch in den veröffentlichten Artikeln wenig Anzeichen für eine Öffnung über den anglo-amerikanischen Raum hinaus vorhanden (vgl. Lauf 2005). Entsprechend schwer ist es für deutschsprachige Wissenschaftler/innen international zu publizieren.

Nur wenig Erfolg scheint die Publikation von Büchern als Herausgeber/in zu versprechen ($M = 3,3$, $SD = 1,1$). Diese Strategie wird auch nur wenig angewandt ($M = 2,9$, $SD = 1,1$). Erfolgreicher sind die Post-Doktorandinnen und -Doktoranden hingegen mit Publikationen in Herausgeberbänden und Sammelwerken ($M = 3,8$, $SD = 1,1$). Dies ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass diese Art der Publikation im deutschsprachigen Raum durch die vorherrschende Kultur der Tagungsbände und Herausgeberwerke die Regel darstellt. Allerdings gilt gerade diese Strategie als am wenigsten vielversprechend, wenn es um das Publizieren geht ($M = 2,9$, $SD = 1,1$).

Tagungsstrategien

Vier Fünftel der Post-Doktorandinnen und -Doktoranden denken, Vorträge auf internationalen Tagungen seien eine vielversprechende Strategie, um der Konkurrenz auf dem Stellenmarkt einen Schritt voraus zu sein (siehe Abbildung 4). Mit der Umsetzung tun sie sich allerdings schwer. Nur zwei Fünftel hielten bislang Vorträge auf internationalen Tagungen. Hier könnten wieder sprachliche, aber auch finanzielle Hürden eine Erklärung bieten. Immerhin finden englischsprachige Fachtagungen in der Regel in Übersee statt. Die Reisekosten müssen die Postdocs aber meist selbst tragen. Vorträge auf deutschsprachigen Tagungen zu halten wird ebenfalls als recht aussichtsvolle Karrierestrategie erachtet ($M = 3,9$, $SD = 1,0$). Hier ist der promovierte Nachwuchs auch erfolgreicher bei der Umsetzung ($M = 3,7$, $SD = 1,1$).

Vernetzungsstrategien

Vernetzungsstrategien scheinen insgesamt einen hohen Stellenwert zu haben, wenn es darum geht sich um eine Professur zu bewerben. Drei von acht Handlungen, welche die Vernetzung betreffen, sind in den Top-10 der aussichtsreichsten Karrierestrategien zu finden (siehe Abbildung 4). Über 80 Prozent der Befragten sehen in den Vernetzungsstrategien »Networking«, »Mit den zentralen Personen des Fachs gut bekannt sein« und »Aufenthalt als Gastwissenschaftler an einer ausländischen Universität« vielversprechende Möglichkeiten, die Chancen auf eine Professur zu erhöhen. Auch die Forschungszusammenarbeit mit Wissenschaftlern aus dem nicht deutschsprachigen Ausland wird als wichtig angesehen ($M = 3,9$, $SD = 1,0$). Mit der Umsetzung tun sich die Postdocs allerdings auch hier schwer: Etwas mehr als ein Drittel der promovierten universitären Mitarbeiter/innen setzen die Strategie des Networkings ihrer Ansicht nach erfolgreich um und finden, sie seien mit den zentralen Personen des Faches gut bekannt. Nur ein Fünftel der Befragten versuchte bisher, durch einen Aufenthalt an einer ausländischen Universität die Karrierechancen zu erhöhen. Die Strategie, mit Wissenschaftlern aus dem nicht deutschsprachigen Ausland zusammen zu forschen, wird ebenfalls nur wenig erfolgreich umgesetzt ($M = 2,9$, $SD = 1,4$). Beides ist nicht verwunderlich, wenn man berücksichtigt, dass für eine erfolgreiche Umsetzung dieser Strategie internationale Kontakte nötig sind. Wer nicht auf englischsprachigen Fachtagungen in Erscheinung tritt, kann aber auch keine Kontakte aufbauen. Eine aktive Mitarbeit in DGPK, SGKM oder ÖGK gilt als mäßig erfolgversprechend ($M = 3,1$, $SD = 1,2$) und wird auch kaum umgesetzt ($M = 1,8$, $SD = 1,3$). Eine Erklärung hierfür mag aber auch in der sehr begrenzten Anzahl von Ämtern in den Fachgesellschaften liegen.

Strategien für die Lehre

Vier Fünftel der promovierten Akademiker/innen denken, die Vertretung einer vakanten Professur könne helfen, den Weg zu einer Professorenstelle zu bereiten. Nur knapp ein Fünftel der Befragten hatte dazu auch schon Gelegenheit (Abbildung 4). Einfacher umzusetzen scheinen die beiden anderen Strategien für die Lehre zu sein. Die promovierten wissenschaftlichen Nachwuchskräfte gaben an, die Strategien »umfangreiche Lehrerfahrten« ($M = 4,2$, $SD = 1,0$) und »Lehrerfahrten in vielen verschiedenen Bereichen« ($M = 4,2$, $SD = 1,0$) erfolgreich anzuwenden. Verglichen mit allen anderen Karrierestrategien werden diese sogar am intensivsten verfolgt. Allerdings schneiden sie wesentlich schlechter ab, wenn es darum geht, wie hilfreich sie bei einer Berufung sind ($M_{umfangreiche\ Lehrerfahrten} = 3,4$, $SD = 1,3$; $M_{Lehrerfahrten\ in\ verschiedenen\ Bereichen} = 3,5$, $SD = 1,1$).

Forschungsstrategien

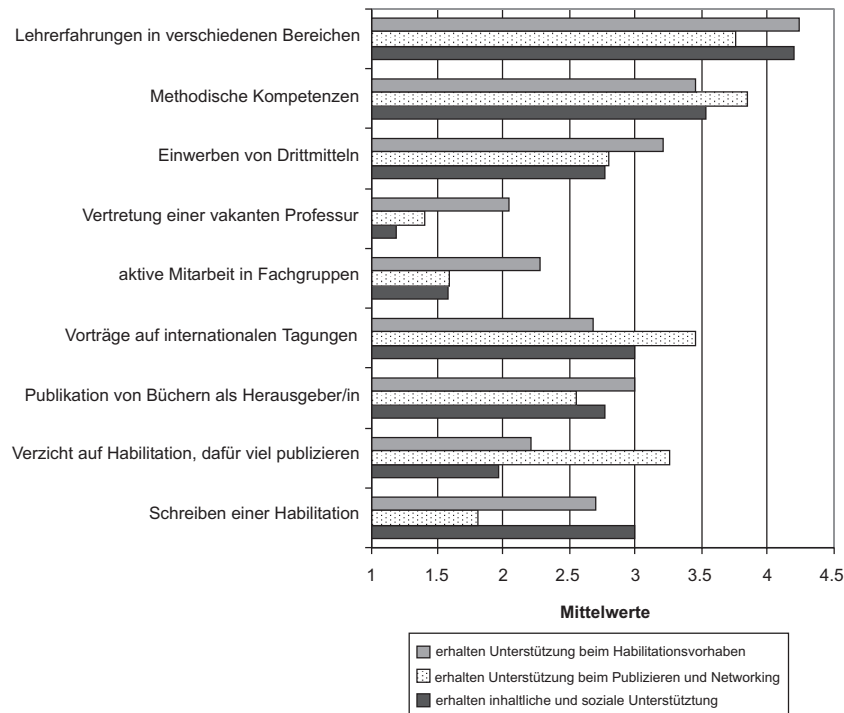
Wenn es um die Forschung geht, schätzen 90 Prozent der Befragten das Einwerben von Drittmitteln als strategisch wichtig ein, um die Chancen auf eine Professur zu erhöhen. Bisher wurde die Strategie jedoch nur von einem Drittel (35%) der Akademiker/innen erfolgreich verfolgt (vgl. Abbildung 4). Als weitere wichtige Karrierestrategie stufen die Postdocs die Betonung und Erweiterung der eigenen methodischen Kompetenzen ein ($M = 3,81$, $SD = 1,1$). Sie wird auch entsprechend erfolgreich umgesetzt ($M = 3,5$, $SD = 1,0$). Auf die Forschungszusammenarbeit mit Wirtschaftsunternehmen zur Steigerung des Praxisbezugs geben die Befragten weniger ($M = 3,2$, $SD = 1,2$), und sie betreiben eine solche Kooperation auch seltener ($M = 2,2$, $SD = 1,4$). Deutlich mehr erwarten sie von der gleichzeitigen Bearbeitung mehrerer Themengebiete ($M = 3,8$, $SD = 1,0$) als von der Konzentration auf ein zentrales Themengebiet des Faches ($M = 3,2$, $SD = 1,1$). Diese Strategien werden auch entsprechend angewendet, um sich Vorteile im Konkurrenzkampf zu verschaffen ($M_{mehrere\ Themengebiete} = 3,7$, $SD = 1,0$; $M_{zentrales\ Themengebiet} = 3,5$, $SD = 1,0$).

3.4.3 Betreuungsverhältnis und Umsetzung von Karrierestrategien

Werden die Daten dahingehend analysiert, ob das Betreuungsverhältnis zwischen den Postdocs und der/dem Professor/in einen Einfluss auf die tatsächlich umgesetzten Karrierestrategien hat, so zeigt sich, dass die Personen in den drei Betreuungsclustern den verschiedenen Strategien unterschiedliche Bedeutung zumessen (vgl. Abbildung 5). Promovierte Nachwuchswissenschaftler/innen im »gut betreuten« Cluster (sie erhalten Unterstützung, was das Publizieren und Networking angeht) legen weniger Wert auf das Schreiben einer Habilitation und auf Lehrerfahrten als Personen im »schlecht betreuten« Cluster, die eher auf inhaltlicher und sozialer Ebene unterstützt werden. Dafür setzen die gut Betreuten die Karrierestrategien »Publikationen in reviewten Fachzeitschriften« und »Vorträge auf internationalen Tagungen« erfolgreicher um als die beiden anderen Cluster. Jene Personen, die vor allem beim Habilitationsvorhaben von der Professorin oder vom Professor unterstützt werden, geben eher an, die Strategie »Vertretung einer vakanten Professur« erfolgreich umzusetzen. Auch das Einwerben von Drittmitteln erhält bei diesen Personen einen höheren Stellenwert. Die markantesten Unterschiede sind in Abbildung 5 zu sehen.

Unterschiedliche Umsetzung der Strategien je nach Betreuung

Abbildung 5



$N_{\min}=93$, $N_{\max}=97$. Frage: »Wie erfolgreich haben Sie Ihrer Ansicht nach die verschiedenen Strategien bisher umgesetzt?« Skala von 1 = »weniger erfolgreich« bis 5 = »sehr erfolgreich«.

4 ZUSAMMENFASSUNG UND DISKUSSION

Die vorliegende Studie gibt Aufschluss über die Berufssituation, das Betreuungsverhältnis zur/zum vorgesetzten Professor/in und die Karrierevorstellungen und -strategien von promovierten universitären Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Vier Fünftel aller befragten Wissenschaftler/innen streben eine Professorenkarriere an, wobei sich promovierte Frauen weniger sicher sind als Männer. Die Situation der weiblichen promovierten Nachwuchskräfte hat sich im Vergleich zur Situation der Doktorandinnen und Doktoranden kaum verändert. So lässt sich vermuten, dass Frauen weniger gut im Fach integriert sind als Männer. Die Wissenschaftlerinnen fühlen sich weniger der Kommunikations- und Medienwissenschaft zugehörig, sind seltener in einer oder mehreren Fachgesellschaften Mitglied und haben auch seltener einen unbefristeten Arbeitsvertrag an der Universität als ihre Kollegen. Die mangelnde Integration der Frauen im Fach Kommunikationswissenschaft könnte ein Grund dafür sein, warum Post-Doktorandinnen weniger publizieren als ihre männlichen Kollegen. Da das Publizieren in reviewten Fachzeitschriften als vielversprechende Strategie angesehen wird, um eine Professur zu erhalten, sich Frauen aber ihres

Karrierezielen weniger sicher sind als Männer, könnte es auch sein, dass Nachwuchswissenschaftlerinnen weniger Wert auf das Publizieren legen als Männer.

Die Konkurrenz im Wettbewerb um eine Professur wird als groß wahrgenommen, die Chancen, eine Professur zu erhalten, erscheinen entsprechend gering. Trotz der Unsicherheit der eigenen Stelle ist die Mehrheit der Nachwuchswissenschaftler/innen zufrieden mit ihrer Tätigkeit an der Universität, besonders mit den Arbeitsinhalten und der Möglichkeit, die Arbeitszeiten flexibel zu gestalten. Was die Arbeitsbelastung, die Mitsprachemöglichkeit bei wichtigen Entscheidungen und die beruflichen Aufstiegsmöglichkeiten angeht, sind die Postdocs hingegen unzufrieden. Die Zufriedenheit mit der Berufstätigkeit hängt mit der Art der Betreuung zusammen. Die Wissenschaftler/innen sind eher zufrieden, wenn sie von einer gleichgeschlechtlichen Person betreut werden. Je öfter die Nachwuchsakademiker/innen mit den Vorgesetzten zusammenarbeiten, desto zufriedener sind sie mit der Betreuung und mit ihrer Arbeit und desto eher sind sie Mitglied in einer oder mehreren Fachgesellschaften. Die Art der Betreuung hat zudem einen Einfluss auf die Produktivität. Personen, die eher auf sozialer Ebene betreut werden und inhaltliche Unterstützung erhalten, wenn es um die Habilitation geht, publizieren am wenigsten und sind seltener in wissenschaftlichen Fachgesellschaften vertreten. Post-Doktorandinnen und -Doktoranden, die von der Professorin oder vom Professor aufgefordert werden zu publizieren und Vorträge zu halten, fühlen sich gut betreut und publizieren mehr als andere Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Es lässt sich vermuten, dass sich eine enge Zusammenarbeit mit der/dem betreuenden Professor/in günstig auf den Karriereverlauf der Postdocs auswirkt. Die Nachwuchswissenschaftler/innen, die häufig mit ihren Vorgesetzten zusammenarbeiten und forschen, werden vielleicht eher dazu aufgefordert zu publizieren und Vorträge zu halten, können eher vom persönlichen Netzwerk der Vorgesetzten profitieren und sind deshalb auch besser im Fach integriert. Gerade Post-Doktorandinnen und -Doktoranden halten den Kontakt zu wichtigen Personen des Faches für eine wesentliche Voraussetzung, um bei Berufungen Erfolg zu haben.

An die Öffentlichkeit treten die promovierten Nachwuchswissenschaftler/innen vor allem mit Aufsätzen in Sammelbänden und mit Vorträgen/Tagungspapern auf deutschsprachigen Tagungen. Wenn es jedoch um eine Berufung geht, werden genau diese Aktivitäten als wenig ertragreiche Strategien angesehen. Dagegen schätzen die Befragten Publikationen in international reviewten Fachzeitschriften, Publikationen von eigenen Büchern und Vorträge auf internationalen Tagungen sehr viel höher ein. Theorie und Praxis klaffen allerdings auseinander. Ein Hinweis darauf ist die Arbeitsverteilung der promovierten Nachwuchswissenschaftler/innen. Obwohl die eigene Habilitationsschrift als sehr wichtig angesehen wird, setzen die Post-Doktoranden nur ein Zehntel ihrer Arbeitszeit dafür ein. Für die Lehrtätigkeit, die im Vergleich zu anderen Strategien eher schlecht abschneidet, wird hingegen ein Drittel der Arbeitszeit aufgewendet. Auch die Forschungsbereiche stimmen nicht unbedingt mit den Themenbereichen überein, die als gute Voraussetzung für Berufungen erachtet werden. So beschäftigen sich heute nur wenige Nachwuchswissenschaftler/innen mit Medienökonomie, Online-Kommunikation, Organisationskommunikation oder Werbung und Werbeträgerforschung.

Wie sieht nun die/der typische Post-Doktorandin/-Doktorand der Kommunikations- und Medienwissenschaft aus? Folgen wir der Clusteranalyse, so gibt es drei un-

terschiedliche Typen. Typ 1 ist in doppelter Hinsicht relativ isoliert, d. h. er ist wenig im Fach vernetzt und erhält wenig Unterstützung von seinem Vorgesetzten. Isolierte sind mit der Betreuungssituation wie auch mit der beruflichen Gesamtsituation relativ unzufrieden. Sie stammen zu weniger als einem Drittel aus der Kommunikations- und Medienwissenschaft und fühlen sich dem Fach nur schwach zugehörig. Die Publikationsleistung ist schwach. Relativ viel Zeit wird für die Lehre aufgebracht, Besprechungen mit Kollegen und Vorgesetzten sind eher selten. Die Karrierestrategie dieses Typs liegt tendenziell in der Konzentration auf ein großes Thema und die Abfassung einer Monografie oder zumindest auf einer kumulativen Habilitation.

Personen des zweiten Typs sind regelrechte Heißsporne und in vielerlei Hinsicht das Gegenteil der Isolierten (Typ 1). Heißsporne sind intensiv auf nationalen und internationalen Tagungen vertreten, publizieren häufig und erfolgreich in deutschsprachigen und englischsprachigen Fachzeitschriften sowie Sammelbänden und haben guten fachlichen Kontakt zu ihren Vorgesetzten. Sie fühlen sich sehr gut betreut. Personen dieses Typs setzen darauf, dass sie die Habilitationshürde umgehen können, oder streben eine kumulative Habilitation an. Bezogen auf das Zeitbudget verfolgen Heißsporne ihre Ziele konsequent. An einer Habilitation wird so gut wie gar nicht gearbeitet. Hingegen nehmen Forschungsakquise, die Arbeit an Publikationen sowie Besprechungen mit Vorgesetzten und Kollegen breiten Raum ein. Entsprechend positiv ist auch das Klima am Arbeitsplatz. Sie sind sehr entschlossen, Professor oder Professorin zu werden, und bewerben sich, obwohl noch relativ jung, bereits auf entsprechende Positionen. Sie sind sich aber durchaus bewusst, dass es schwierig sein könnte, diesen Wunsch zu erfüllen.

Typ 3 ist ein Mischtyp. Die publizistische Leistung ist kaum höher als bei Typ 1, andererseits werden die Betreuung und die Zusammenarbeit mit dem Vorgesetzten als deutlich besser wahrgenommen. Die Betreuungszufriedenheit ist ähnlich hoch wie bei Typ 2, der Schwerpunkt liegt jedoch nicht auf der Unterstützung bei den Publikationen, sondern auf der Habilitation. Die Arbeit an der Weiterqualifikation nimmt konsequenterweise einen hohen Stellenwert ein, und die Karriereplanung ist entsprechend stark an der Habilitation orientiert. Insofern können Personen dieses Typs als Traditionalisten bezeichnet werden. Daneben ist jedoch auch die hohe Fachintegration bemerkenswert. Sie arbeiten mehr als die Isolierten und die Heißsporne in Fachgesellschaften und Fachgruppen, aber auch in universitären Gremien mit.

Die drei Typen unterscheiden sich kaum im Alter (die Heißsporne sind allerdings im Schnitt drei Jahre jünger) oder im Geschlecht (bei den Isolierten liegt der Prozentsatz weiblicher Mitarbeiter um 6 Prozent höher). Aber es gibt andere strukturelle Unterschiede, zumindest als Tendenz. Traditionalisten sind in der Regel bereits verheiratet oder leben in einer festen Partnerschaft, haben oft schon Kinder, wobei der Partner häufig auch berufstätig ist. Sie arbeiten an Facheinrichtungen mit im Schnitt 200 bis 250 Studierenden. Für Isolierte gilt Ähnliches, allerdings ist der Partner seltener berufstätig. Dafür müssen sie häufig zu ihrem Arbeitsplatz pendeln. Die Heißsporne sind gegenüber beiden Gruppen strukturell im Vorteil. Sie sind privat weniger gebunden (Partner, Kinder) und arbeiten an kleineren Facheinrichtungen mit im Schnitt 100 bis 150 Studierenden. Viele dieser Unterschiede sind (auch aufgrund der geringen Gruppengrößen) nicht signifikant, das Gesamtbild ist jedoch stimmig: Unterschiede finden

sich nicht nur bei der Betreuung oder der eigenen Karriereplanung, sondern auch bei den privaten und beruflichen Strukturen.

Führen alle Wege nach Rom bzw. zur Professur? Auf Basis der bisherigen einschlägigen Studien für andere Fächer lassen sich aus den Befunden durchaus Prognosen über unterschiedliche Karriereerfolge ableiten. So dürften vor allem die Heißsporne Chancen auf eine schnelle Erstberufung haben, aber auch die Traditionalisten sind vermutlich nicht chancenlos. Für die Isolierten fällt die Prognose hingegen deutlich pessimistischer aus. Inwieweit die berichteten Unterschiede jedoch tatsächlich für den Erhalt einer Professur bedeutsam sind, welche Strategien also eingeschlagen und welche Strukturen möglichst vermieden werden sollen, lässt sich mit der vorliegenden Studie nicht beantworten. Dazu ist im nächsten Schritt eine analoge Befragung derjenigen erforderlich, die bereits reüssiert haben, also der Professorinnen und Professoren des Faches.

LITERATUR

- Enders, Jürgen/Bornmann, Lutz (2001): Karriere mit Dokortitel? Ausbildung, Berufsverlauf und Berufserfolg von Promovierten. Frankfurt/Main.
- Fröhlich, Romy/Holtz-Bacha, Christina (1993a): Dozentinnen und Dozenten in der Kommunikationswissenschaft, Publizistik und Journalistik. Ergebnisse einer Befragung in der Bundesrepublik Deutschland. In: Publizistik, 38. Jg., S. 31-45.
- Fröhlich, Romy/Holtz-Bacha, Christina (1993b): Frauen in der Kommunikationswissenschaft: unterrepräsentiert – aber auf dem Vormarsch. In: Publizistik, 38. Jg., S. 527-541.
- Fröhlich, Romy/Holtz-Bacha, Christina (1995): Geschlossene Gesellschaft? Zwischen Majorität und Minorität – Frauen in der Publizistik. Bochum.
- Lang, Frieder R./Neyer, Franz J. (2004): Kooperationsnetzwerke und Karrieren an deutschen Hochschulen. Der Weg zur Professur am Beispiel des Faches Psychologie. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 56. Jg., S. 520-538.
- Lauf, Edmund (2005): National diversity of major international journals in the field of communication. In: Journal of Communication, 55. Jg., S. 139-151.
- Matthes, Jörg/Wirth, Werner/Mögerle, Ursina (2006): Learning by Doing? Eine empirische Studie zum Status quo und den Konsequenzen der Nachwuchsbetreuung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. In: Beiträge zur Hochschulforschung, 28. Jg., Nr. 4, S. 82-100.
- Meyen, Michael (2004): Wer wird Professor für Kommunikationswissenschaft und Journalistik? Ein Beitrag zur Entwicklung einer Wissenschaftsdisziplin in Deutschland. Publizistik, 49. Jg., S. 194-206.
- Mögerle, Ursina/Matthes, Jörg/Wirth, Werner (2005): Zur Situation des wissenschaftlichen Nachwuchses in der Schweiz. Ergebnisse einer Befragung von Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftlern bis zur Promotion. In: Medienwissenschaft Schweiz, Nr. 2, S. 86-97.
- Peiser, Wolfgang/Hastall, Michael/Donsbach, Wolfgang (2003): Zur Lage der Kommunikationswissenschaft und ihrer Fachgesellschaft. Ergebnisse der DGPK-Mitgliederbefragung 2003. Publizistik, 48. Jg., S. 310-339.
- Plümper, Thomas/Schimmelfennig, Frank (2007): Wer wird Prof – und wann? Berufungsdeterminanten in der deutschen Politikwissenschaft. In: Politische Vierteljahresschrift, 48. Jg., S. 97-117.
- Prommer, Elizabeth/Lünenborg, Margreth/Matthes, Jörg/Mögerle, Ursina/Wirth, Werner (2006): Die Kommunikationswissenschaft als »gendered organization«. Geschlechtsspezifische Befunde zur Situation des wissenschaftlichen Nachwuchses. In: Publizistik, 51. Jg., S. 67-91.
- Reichert, Jo (2004): An die Spitze. Neue Mikropolitiken der universitären Karriereplanung von Sozialwissenschaftlern/innen. In: Forum Qualitative Sozialforschung, 5. Jg., Nr. 2. <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-04/2-04reichert-d.htm> (2.7.2007).
- Wirth, Werner/Matthes, Jörg/Mögerle, Ursina/Prommer, Elizabeth (2005): Traumberuf oder Verlegenheitslösung? Einstiegsmotivation und Arbeitssituation des wissenschaftlichen Nachwuchses in Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft. In: Publizistik, 50. Jg., S. 320-343.

Zimmer, Annette/Krimmer, Holger/Stallmann, Freia (2006): Winners among Losers: Zur Feminisierung der deutschen Universitäten. In: Beiträge zur Hochschulforschung, 28. Jg. Nr. 4, S. 30-56.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Werner Wirth, IPMZ – Institut für Publizistik und Medienforschung der Universität Zürich, Andreasstraße 15, CH-8050 Zürich
E-Mail: w.wirth@ipmz.unizh.ch